

Quality

MAGAZINE

IN CUCINA
Per un ambiente
di lavoro
impeccabile

IN SALA
Climatizzazione
oltre lo split

IN TAVOLA
Prosecco,
un lusso
quotidiano

PRIMO PIANO

Mozzarella, tesoro della gastronomia

IN DISPENSA
**Tempo di
funghi**



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.



EDITORIALE

UN'ESTATE RICCA DI FRESCHEZZA E FANTASIA



Francesca Pulitano
direttore responsabile
Quality Magazine

L'estate sembra finalmente arrivata, e con essa cambia l'umore, cambiano i vestiti, cambiano le abitudini. Prime fra tutte, forse, quelle alimentari. Il caldo ci costringe ad usare meno i fornelli, ad inventare pietanze nutrienti ma leggere, a bere di più e anche a prestare maggiore attenzione ad alcune norme di base in tema di igiene e conservazione dei cibi.

Di tutto questo, in qualche modo, vogliamo occuparci in questa seconda uscita estiva. E allora, ecco i temi su cui vorrei richiamare l'attenzione. Volete offrire una bella insalatona? Qui, più che su altre portate, sarete messi alla prova. Innanzi tutto, è fondamentale che le verdure - o la frutta, per i più creativi - che utilizzerete per comporla siano fresche e perfettamente lavate e che l'ambiente ed i contenitori rispettino le norme igieniche in modo rigido. Questo è un punto al quale mi sento di conferire un'importanza di primo piano, perché credo che la vera forza di una cucina stia in quello che il cliente non sempre può verificare 'a vista', ma che comunque si riflette nel piatto che gli viene servito. E allora, ecco qualche nostro consiglio su detergenza e pulizia, per tendere alla perfezione dal frigorifero alla tavola.

Vogliamo aggiungere alla nostra insalata l'ingrediente dell'italianità vera? Ecco la mozzarella, uno dei fiori all'occhiello della produzione del nostro Paese, alla quale dedichiamo qui diverse pagine. Troppo spesso oggetto di polemiche, dagli alti vertici dell'Unione Europea alle mense scolastiche, nelle quali ciclicamente diventa triste protagonista di episodi di cattiva qualità e trascuratezza nella conservazione, la mozzarella merita invece di essere collocata nella giusta posizione di primo piano nel nostro universo alimentare. Parleremo in particolare di quella di bufala, con un occhio al ruolo dei consorzi nella salvaguardia delle caratteristiche più genuine di questo prezioso prodotto. Gustiamola, quella vera, non soltanto come pietanza a sé, ma anche come imprescindibile guarnizione della pizza. E a proposito di pizza, altro baluardo della nostra tradizione, vi presentiamo le ultime novità in tema di scatole.

Ma attenzione, gli appassionati di ricerche nei boschi sanno bene che questo è il periodo giusto per fare provvista di funghi. È tempo di funghi freschi anche per noi, che ce ne occupiamo con piacere e vi invitiamo a dare spazio alla vostra fantasia. Da soli o come guarnizione per altri piatti, i funghi danno sempre un tocco di classe alla cucina, con una versatilità che ne compensa la stagionalità e ci permette di gustarli in tanti modi finché ce ne sono...

Infine, per non rinunciare al piacere di un buon digestivo anche sotto la canicola, dedichiamo un po' di spazio al dopo pasto dell'estate. Indugiare a tavola con un fresco limoncello o un buon amaro è uno dei privilegi di questo periodo in cui finalmente non siamo più così di corsa e possiamo anche permetterci di perdere un po' di tempo in chiacchiere e riposo. Ma proprio per questo non voglio essere io ad occupare il vostro tempo: mi fermo qui e vi invito ad immergervi nelle pagine di questo numero, dove vi aspetta questo e molto altro.

Natura pronta per i tuoi menu.



Ratatouille alla provenzale Valfrutta Granchef.

Ricetta provenzale originale: è il gusto fresco della Ratatouille, in 5 verdure selezionate. Contorno o condimento, è pronta all'uso; cotta e condita al punto giusto, in ricca salsatura, davvero conveniente. Ratatouille Valfrutta Granchef: risparmi in tempi e costi, guadagni in servizio, mantieni la qualità della preparazione da fresco.

- Contorni caldi e freddi • Antipasti a buffet • Primi, secondi, pizza, torte salate
- Zuppe e minestrone • Gustose bruschette ortolane subito pronte.

Numero Verde
800.123.533

valfruttagranchef.it



Assaggia i vantaggi.



IL PUNTO DEL
PRESIDENTE

VALUE FOR MONEY PER NON ABBASSARE LA GUARDIA



Italo Nebiolo
presidente Cooperativa
Italiana Catering

M

ai come in questo momento la tentazione del low cost, sospinta da una generale propensione alla ricerca di convenienza in tutte le sue forme, sta diventando l'arma letale che molte aziende adottano per affrontare i consumi sempre più bloccati. Ma la decisione cui arriva la gran parte di queste aziende è un po' da ultima spiaggia: o la va o la spacca! Invece una politica low cost è il punto di arrivo di una struttura organizzativa al più alto grado di efficienza. Non è certo il punto di partenza. Perché altrimenti si rischia di ridurre il costo (per il cliente) riducendo sempre più la qualità del prodotto.

E quando si parla di ristorazione e di cibo non può essere la strada giusta. Tanto più che proprio in questi anni di estrema difficoltà per i consumi, abbiamo assistito a una polarizzazione della domanda che ha premiato (e sta premiando) il cibo di qualità: il biologico è in aumento un po' dovunque, i prodotti Dop, quelli più famosi, risentono meno della caduta della domanda, il vino a denominazione regge ancora. Insomma a tavola ci si vuole ancora premiare. In grande distribuzione i prodotti private labe premium crescono a tassi superiori di altri. Certamente questo non vuol dire che si spende di più, perché le attività promozionali aumentano anche loro. Ma esiste una forte attenzione degli italiani per il cibo di qualità. E per chi si occupa professionalmente di cibo e di ristorazione questi segnali non sono da sottovalutare.

Per questo motivo è tempo di riconcentrare l'attenzione sul concetto di value for money, di giusta qualità al giusto prezzo.

Su questo percorso la Cooperativa Italiana Catering si è mossa da tempo esercitando un severo lavoro di selezione dei fornitori, di controllo dei prodotti scelti, di capitolati di fornitura precisi e controllati nei confronti dei fornitori e delle aziende che collaborano nella realizzazione dei prodotti a marchio. Se dovessi esprimere una percentuale del tempo impiegato lavoro dai collaboratori delle imprese associate, direi che più del 60% è dedicato a ricercare e selezionare prodotti e fornitori che possano dare sempre di più in termini di caratteristiche organolettiche, di rese in cucina, di qualità complessiva a un prezzo sostenibile per i nostri clienti. Il low cost non può essere la risposta risolutiva. Forse può strizzare l'occhio al consumatore, ma chi lo persegue fa una politica di breve respiro, che non costruisce le premesse per uno sviluppo duraturo che, invece, dobbiamo avere tutti bene in mente.

C'è attenzione
degli italiani al
cibo di qualità
Per questo
non bisogna
ascoltare
le chimere
del low cost



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.

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.

Farine e semilavorati per pizze leader in italia.



main sponsor



Le 5 Stagioni

Via Monte Nero, 111

35010 Curtarolo (PD)

Tel. +39 049.9624611

Fax +39 049.9624627

mail:farine@molinoagugiaro.it

www.le5stagioni.it



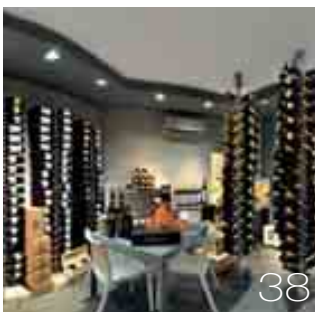
SEGUICI SU FACEBOOK



18



10



38



26

Qualitaly

MAGAZINE

76 - agosto settembre
2013

01 editoriale

03 il punto
del presidente

QI NEWS

06 Consumi alimentari in tempo di crisi - Scatole per pizza a norma di legge - Frittura di pesce senza olio - La sicurezza alimentare in Europa funziona - 26 anni di crescita per International Gourmet Foods, Inc

PRIMO PIANO

10 Mozzarella Fiordilatte vince sulla pizza e in cucina

14 Bufala Campana Dop, un vero tesoro

16 L'importanza dei consorzi

IN DISPENSA

18 Tempo di funghi

22 Mai più senza glassa

24 Le novità nella dispensa Qualitaly

26 Il nome dei salumi

IN CUCINA

28 Il miglior amico dello chef

32 La ricetta di Gregori Nalon

34 Ambiente di lavoro? Impeccabile

IN SALA

36 Clima e comfort oltre lo split

38 La cantina è a vista

IN TAVOLA

42 Prosecco, un lusso quotidiano

46 Dopo pasto per l'estate

47 E se la serata va per le lunghe...



28

COME CAMBIANO I CONSUMI ALIMENTARI IN TEMPO DI CRISI

Una recente analisi del Centro Studi Fipe ha messo sotto la lente i consumi alimentari degli italiani: negli ultimi cinque anni le famiglie hanno ridimensionato la spesa reale, al netto dell'inflazione, di 727 milioni di euro. Questo è il dato di base da cui parte l'analisi che approda a delineare i comportamenti nei consumi fuori casa, in particolare per quanto riguarda il pasto di mezzogiorno.

Guardando più indietro nel tempo, oltre la crisi, si scopre che il trend del consumo alimentare ha sostanzialmente ridisegnato la composizione del paniere delle famiglie con l'aumento del peso di pane e cereali, prodotti dolciari, bevande e la riduzione del peso di carne, pesce (fresco e surgelato), latte, formaggi e uova.

INSOMMA, IL CONSUMO

ALIMENTARE si fa nervoso, si frammenta in tanti spuntini che riempiono il tempo tra un pasto e l'altro, anche perché i pasti principali danno sempre meno soddisfazione. Qui trovano spazio e legittimazione snack dolci e salati, bevande ipercaloriche, salvo poi rincorrere l'abbattimento delle calorie, e ogni altro prodotto che non ha bisogno della sapienza del consumatore per essere edibile (il tempo medio giornaliero dedicato alla cucina non supera un'ora). Se fino a tutti gli anni '90 e nel-



STILI ALIMENTARI PRE-CRISI E OGGI

(per 100 persone di 3 anni e più)

		2007	2012
		%	%
Colazione adeguata*	↑	78,6	80,1
Pasto pranzo principale	-	69,1	68,0
pranzo a casa	-	73,9	74,3%
pranzo in mensa, ristorante, bar	-	13,5	13,0%
pranzo sul posto di lavoro	↑	6,6	7,2
cena pasto principale	↑	21,4	23,4

(*Per adeguata, si intende una colazione in cui non si assumono soltanto tè o caffè, ma si beve latte e/o si mangia qualcosa.

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

la prima parte degli anni 2000 la scarsa crescita del consumo alimentare domestico trovava parziale spiegazione nell'aumento di quella fuori dalle mura domestiche, con l'avvento della crisi il paradigma è cambiato. Anche i consumi fuori casa hanno bruscamente rallentato il trend di crescita fino ad invertirne il segno nel corso del 2012. Per il 2013 pur in mancanza di affidabili previsioni settoriali

la dinamica della domanda complessiva non lascia ben sperare. Tenere i livelli del 2012 sarebbe già un ottimo risultato considerando che nell'anno in corso le previsioni danno un calo dei consumi delle famiglie dell'1,6 per cento.

PUR CON IL CALO consistente dei consumi alimentari, la crisi non ha però modificato l'equilibrio tra il pranzo

in casa e quello fuori casa. Le quote restano invariate.

Due italiani su dieci abitualmente pranzano fuori casa. Si tratta di 12 milioni di persone che si rivolgono quotidianamente a mense, bar, ristoranti o che, più semplicemente, consumano il pranzo sul posto di lavoro portandoselo da casa o comprandolo nei negozi in prossimità ai luoghi di lavoro. È un comportamento diffuso che la crisi ha sensibilmente rafforzato.

Se nel 2007 erano 3,7 milioni i lavoratori che ricorrevano a questa modalità di consumo, cinque anni dopo, pur in concomitanza di una progressiva perdita di posti di lavoro, sono diventati 4,3 milioni.

Una spinta che proprio nella necessità di fare economie di scala trova la spiegazione più convincente, anche se non si può pensare che siano del tutto assenti argomentazioni sulle virtù salutistiche degli alimenti casalinghi.



Scatole per pizza a norma di legge

Recenti fatti di cronaca hanno puntato i riflettori sulle scatole per pizza. In Val d'Aosta era stata riscontrata la presenza di piombo nei cartoni in misura superiore ai limiti di 3 microgrammi per centimetro quadrato previsti dalla legge

italiana. Per chi vende pizza da asporto è importante accertarsi che i cartoni siano prodotti con carta da cellulosa vergine, per evitare possibili sanzioni.

Le scatole per pizza Qualitaly sono realizzate utilizzando materie prime e coadiuvan-

ti presenti nelle liste positive della Legislazione vigente, sono conformi ai requisiti di composizione e purezza stabiliti per il contatto con alimenti per i quali sono presenti prove di migrazione e rispettano restrizioni specifiche eventualmente applicabili.



Una frittura di pesce perfetta. Senza olio

Cento pasti al giorno, pari a ventichili di prodotto. Quando si tratta di pesce non è cosa di poco conto. Gelo Club, ventennale gastronomia ittica di Alessandria fondata da Davide Valsecchi e Riccardo Sini, ha una carta ampia di ricette di mare: insalata con calamari, olive taggiasche e broccolotti, insalata di mare con polpo, seppie, gamberi e verdure, insalata di polpo e carciofi, gamberi alla catalana, seppie con sesamo e grana, frittelle di dirossetti e frittelle di baccalà,

lasagne di tutti i tipi, parmigiana di acciughe, parmigiana di merluzzo, polente fritte con gli stoccafissi, baccalà alla ligure e alla giudea con carciofi, scaloppatura del pesce con verdura fresca, e tante altre. «Ma la specialità della nostra gastronomia è senza dubbio la frittura di pesce, cotta perfettamente senza friggitrice ma grazie a SelfCookingCenter Whitefficiency Rational», afferma Valsecchi. Che continua: «Quando abbiamo aperto non volevamo inserire la friggitrice a causa

dei consumi, degli odori e dei grassi, ma ci rendevamo conto che la frittura di pesce non poteva mancare nelle nostre proposte. Dopo vari consulti, ci è stato consigliato di provare la frittura con Rational (www.rational-online.com). All'inizio eravamo un po' scettici, l'idea di realizzare una frittura senza olio era difficile da accettare, ma poi ci siamo convinti grazie al risultato finale e al riscontro positivo da parte dei clienti».

Per Gelo Club, inoltre, che serve il pranzo a mezzogiorno ma anche pietanze take away, l'importanza sta nel gestire l'offerta del prodotto espresso e avere il banco sempre fornito. «La possibilità di cucinare più prodotti su più teglie, in un unico caricamento, anche in presenza di tempistiche di cottura diverse, ci ha dato la possibilità di risparmiare facilmente il 40% del tempo dedicato alla cucina», puntualizza Valsecchi. Che svela un piccolo trucco: «Cerchiamo cioè di calcolare anche la cottura che il cliente andrà ad aggiungere, tenendo il cuore del prodotto indietro di 2/3 gradi in modo da evitare un risultato stracotto o stopposo, come potrebbe avvenire ad esempio con il tonno».

NEW PRODUCTS



FUNGOLOSI, FUNGHI PRONTI SURGELATI GIÀ COTTI

Si chiamano Fungolosile ultime proposte di Surmont (www.surmont.it). Si tratta di funghi trifolati surgelati pronti per l'uso in tre minuti che, grazie alla tecnica di surgelazione Iqf, possono essere facilmente dosati prelevando le quantità desiderate senza sprechi. Sono tre le preparazioni: misto funghi trifolato, Champignons fette extra trifolati, Porcini cubi trifolati. La loro componente di servizio li rende adatti a essere impegnati in decine di ricette, dai condimenti ai contorni, alle guarnizioni per pizze o panini.

In diminuzione gli allerta alimentari in Europa

La sicurezza alimentare europea funziona. Il rapporto annuale della Commissione europea sul sistema di allerta rapido registra con fatti e cifre i risultati ottenuti a garanzia della sicurezza alimentare dei consumatori europei.

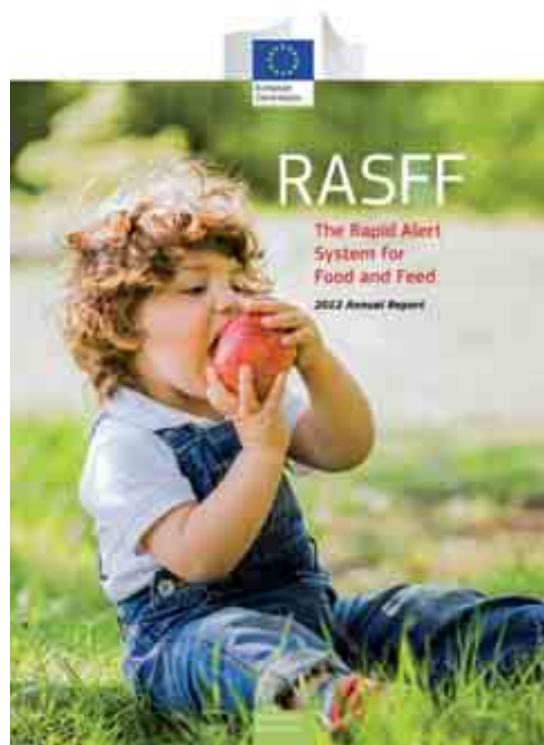
Il sistema di allerta rapido ha giocato un ruolo determinante, nel 2012, nel contenere i danni del più grave episodio verificatosi, quello che ha riguardato la presenza di metanolo in alcuni prodotti alcolici in Repubblica Ceca, che ha causato 36 morti, ma grazie alla tracciabilità è stato circoscritto e individuato rapidamente. Anche per il maggiore scandalo alimentare di quest'anno, quello della carne equina presente in alcuni

prodotti distribuiti come carne vaccina, il sistema di allerta è stato determinante nella ricostruzione dei percorsi dei prodotti e nella loro individuazione.

Nel 2012 sono state ben 3516 le comunicazioni di allerta notificate al RASFF (Europe's Rapid Alert System for Food and Feed – RASFF, ec.europa.eu/rasff), di cui 547 classificate come allerta, 521 come informazioni per follow-up, 505 informazioni per attenzione e 1743 come rifiuto al confine. Questi dati sono in diminuzione del 7,8% per quanto riguarda le notifiche originali e, cosa più importante, del 1,2% per le notifiche di follow-up per una diminuzione complessiva del 3,9%. Questa è una buona notizia perché la diminuzione

soprattutto nelle notifiche di allerta arriva per la prima volta dopo quattro anni di aumenti consecutivi. Tra le categorie merceologiche maggiormente interessate si trova al primo posto la frutta ed i vegetali, seguiti da pesce

e prodotti ittici e dalla carne e suoi derivati. Le cause che fanno scattare la notifica, sono da ricercare principalmente nella presenza di: pesticidi, metalli pesanti, aflatossine, plastificanti, diossine e contaminazioni microbiologiche.



26 anni di crescita per IGF

International Gourmet Foods Inc ha aperto le sue porte il 13 maggio 1987, fondata da Maurizio Di Benigno, con l'obiettivo di fornire inizialmente quattro prodotti ai clienti dell'area metropolitana di Washington, DC: pomodori secchi, olio extravergine di oliva, zafferano e pasta. Oggi, celebrando il 26esimo compleanno, International Gourmet Food insieme con l'impegno e la determinazione di Maurizio è cresciuta fino a includere oltre 5.000 referenze da tutto il mondo e a impiegare oltre 200 addetti, il 70% dei qua-



li sono stati in azienda per un minimo di 5 anni e molti vi lavorano dal 1987. Con gli uffici satellite a Charleston in Carolina del Sud e ad Atlanta in Georgia le consegne sono effettuate quotidianamente, grazie a una flotta di mezzi

a temperatura controllata, in tutti gli stati lungo la East Coast degli Stati Uniti.

Il prossimo autunno (1 ottobre) International Gourmet Foods (igf-inc.com) ospiterà il suo secondo Product Showcase, dopo quello organiz-

zato a febbraio a Raleigh in North Carolina. Tornando a Washington, DC la manifestazione sarà aperta ai clienti esistenti e a quelli potenziali e intende rimarcare le basi su cui si fonda l'azienda: qualità, servizio e valore

IL MAGGIOR PRODUTTORE ITALIANO DI SALSE



il Pesto perfetto per

Snack



Pasta



Pizza





95%
DEGLI ITALIANI
la consuma
almeno una volta
al mese

Mozzarella Fiordilatte, vince sulla pizza e in cucina

M DI MARIELLA BONI
editerranea e italiana, campana di origine e antichissima per storia e tradizione. Stiamo parlando della mozzarella vaccina, molto utilizzata come prodotto da tavola (Fiordilatte), in cucina e come uno degli ingredienti fondamentali sulla pizza.

Secondo una indagine di Altroconsumo, il 95% degli italiani consuma almeno una volta al mese una mozzarella, in genere di latte vaccino. Un alimento quindi amatissimo dal consumatore nonché dai professionisti della ristorazione, che ne fanno largo uso come prodotto da tavola, specie nella stagione calda.

Ciò detto, che la mozzarella sia usata per una pizza Margherita o per la parmigiana di melanzane, per gli gnocchi alla sorrentina o per una insalata di riso o pasta, è importante saper selezionare un prodotto valido e utilizzarlo nel miglior mo-

Amata dai consumatori e dai professionisti della ristorazione, trova la sua massima espressione sulla pizza, dove la componente di servizio diventa fondamentale. Gli aspetti da valutare per individuare i prodotti di qualità

È importante saper selezionare un prodotto valido e utilizzarlo nel migliore modo possibile

do possibile, per ottenere un buon risultato.

Della mozzarella di bufala parliamo diffusamente nelle pagine seguenti. Ma altrettanto gustosa e apprezzata è la mozzarella Fiordilatte, ottenuta da latte vaccino: ha una forma simile a quella di bufala, ma ha un colore meno satinato e il suo gusto è meno aromatico. Da sottolineare che la mozzarella vaccina non è un latticino magro e di ciò si dovrebbe tenere conto nelle ricette: il suo contenuto di grasso infatti può su-

20%

LA PERCENTUALE

di grasso
contenuto nella
mozzarella

90%

DEL PRODOTTO

impiegato
in pizzeria
è tagliato
a julienne

175 mg

DI CALCIO

sono presenti in
100 grammi di
prodotto

perare il 20%, mentre prezioso è il suo apporto in calcio: ben 175 mg su 100 g di prodotto.

Il vastissimo numero di produttori consente al professionista di avere a disposizione varie tipologie di formati che ne facilitano l'utilizzo, specie nel campo della pizzeria.

IL VALORE DEL SERVIZIO. Dice Giovanni Ruggiero, direttore commerciale di Funetta (www.funetta.it), azienda di Collecchio (Pr) specializzata nella produzione di mozzarella: «In catalogo abbiamo molte referenze, ma il clou della nostra produzione è costituita da mozzarella filone, mozzarella cubettina e mozzarella julienne. In particolare quest'ultima rappresenta il 90% della produzione, un prodotto verso cui negli ultimi 5-6 anni si sono rivolti moltissimi pizzaioli. Se fino a un po' di tempo fa molti utilizzavano



Romano Sassi

Mister Chef srl

Sede operativa:

Via Danubio,
Capannone A
Montesilvano (Pe)
Tel. 085/4681829

Fatturato 8 milioni di euro

Numero addetti 15

Zona servita Abruzzo e parte delle Marche



Antonio Dilorito

Agenzia Lombarda

Sede operativa:

Via Borsellino e Falcone 29
Novate Milanese (Mi)
Tel. 02 3562129

www.agenzialombarda.com

Fatturato 15 milioni di euro

Numero addetti 30

Zona servita hinterland milanese, con servizio di consegne giornaliero. Esegue anche spedizioni internazionali. Spaccio aziendale in sede

le macchine taglia mozzarella, oggi la più parte preferisce usare questo prodotto di servizio sia perché consente una ottima distribuzione sulla pizza, sia perché rappresenta un notevole risparmio in ore-lavoro degli addetti: hanno un prodotto sempre pronto all'uso, non hanno scarti di lavorazione nella grattugia e la mano d'opera si può dedicare ad altre lavorazioni. Anche perché la differenza di prezzo fra un filone da lavorare e uno pronto tagliato a julienne è esiguo, circa il 3%. Proprio il valore di servizio è una forte richiesta da parte dei professionisti, soprattutto nel mondo della pizza. Lo conferma anche Stefano Marengi di Valcolatte (www.valcolatte.it): «Nella pizzeria ci richiedono il prodotto cubettato o a julienne, senza liquido di governo, per poterlo usare senza problemi, anche se in genere al Nord chiedono un

**DALLA DISPENSA
QUALITALY**



SONO TRE I FORMATI della Mozzarella Fiordilatte a marchio Qualitaly. Si tratta di formaggio a pasta filata ottenuto da cagliata di latte vaccino, tramite tecniche tradizionali di innesto con fermenti lattici selezionati. La pasta fibrosa si scioglie al calore con il tipico effetto filante della mozzarella. Di consistenza compatta il prodotto ha colore bianco, odore delicato di latticini freschi e sapore fragrante. Il filone è in confezione sottovuoto da 1 kg. La versione a julienne è tagliata in pezzi di 4x3x40 mm, confezionata in vaschetta preformata da 3 Kg in atmosfera protettiva, come la versione a cubetti dalla dimensione di 7x7x7 mm.

prodotto più asciutto rispetto al Sud. Naturalmente la ristorazione apprezza anche la classica mozzarella fiordilatte per capresi o insalate: abbiamo pezzature da 8 grammi fino alle classiche mozzarelle da 125 g. Qualunque che sia la mozzarella, è opportuno non interrompere mai la catena del freddo e conservarla coperta con la pellicola alimentare, per non farla ossidare all'aria».

LA MOZZARELLA DA TAVOLA ha un elevato contenuto di liquidi e per questa ragione – oltre che per motivi economici – i professionisti tendono a scegliere mozzarella da pizza, che per garantire buoni risultati dovrebbe avere le stesse caratteristiche qualitative della mozzarella da tavola, presentando però una quantità di acqua inferiore e in genere una percentuale di grasso inferiore. In effetti proprio sulla pizza, una del-

PRIMO PIANO

le specialità tradizionali italiane che maggiormente implicano un grande consumo di mozzarella, scegliere il prodotto giusto è fondamentale.

Dice Romano Sassi, titolare di Agenzia Lombarda (Novate Milanese), distributore alla ristorazione di prodotti alimentari: «Per quanto ci riguarda, nel settore pizza la richiesta maggiore riguarda un prodotto ad alto valore di servizio, vale a dire la mozzarella vaccina tagliata a julienne, che i pizzaioli riescono a distribuire facilmente sull'impasto e che quindi trovano molto pratica.

Importante anche la domanda di mozzarella cubettata, mentre il resto della vendita riguarda i filoni



interi. Naturalmente in questo campo si trovano prodotti di qualità e altri meno: per chi vuole puntare a una buona mozzarella di latte oltre a leggere l'etichetta, bisogna basarsi sulla propria esperienza e saper valutare la filatura, il colore, il modo in cui la mozzarella fonde al calore e soprattutto il fatto di non vederla diventare gommosa una volta che si raffredda, segnale di un prodotto di qualità inferiore.

Anche il prezzo è una discriminante: quando è troppo basso è impossibile che si sia disposta di un gran prodotto».

Una richiesta di mercato analoga è rilevata anche da Antonio Dilorito, titolare di Mister Chef, che aggiunge anche utili consigli: «Anche nella nostra zona la richiesta più significativa nel mercato della pizzeria, circa il 90%, è nei confronti della mozzarella fiordilatte tagliata a julienne. Va detto però che le esigenze sono differenti a seconda del tipo di cottura: se fatto direttamente sul fondo di refrattario o in teglia, che richiede una cottura più lunga. Le pizze preparate sul piano di refrattario cuociono molto velocemente e quindi è più opportuno utilizza-

re della mozzarella più "tirata", che contiene pochi liquidi. Per le cotture della pizza in teglia è invece adatta la mozzarella a bocconcini, a patto che sia lasciata per qualche tempo a scolare dal liquido in eccesso. In questo caso è bene ricordare che sarebbe opportuno mettere la mozzarella sulla pizza solo verso metà cottura, perché deve solo fondere e filare, non cuocere. E ricordare che una mozzarella realizzata con latte intero ha un maggior contenuto di grassi ed è più resistente al calore del forno, alterandosi meno con la cottura».



IL RISTORATORE

Attenti alla cottura

Domenico Antonio è un ristoratore di lungo corso, titolare del locale dal 1978. Oggi Albatros ha 150 coperti all'interno e altrettanti nel dehors e dal forno a legna di questo rinomato locale di Francavilla al Mare (Pe) escono oltre 400 pizze al giorno. «Proprio per questa elevata produzione usiamo moltissima mozzarella fiordilatte in filone, che tritiamo noi direttamente con una macchina apposita. Certo si tratta di un ingrediente determinante per ottenere una pizza di qualità, soprattutto considerando che la bontà si gioca su pochissimi elementi. Noi normalmente mettiamo la mozzarella sull'impasto a crudo,

e a fine cottura completiamo il tutto solo con un filo di olio, poco perché la mozzarella ha già una sua componente grassa. Dobbiamo solo prestare un poco di attenzione in più quando ci chiedono la pizza con doppia mozzarella. In questo caso si può correre il rischio che, fondendo, esca dal cornicione bruciandosi e quindi bisogna stare particolarmente attenti per arrivare alla giusta cottura, evitando alterazioni e bruciature della mozzarella stessa».



Domenico Antonio, titolare del ristorante Pizzeria Albatros, di Francavilla al Mare



FRIDÒR OLITALIA: FRITTO PERFETTO CHE FA EFFETTO!

Olitalia è un'azienda italiana, dinamica, innovativa ed affidabile, in grado di offrire un forte contenuto di servizio e di qualità al settore della ristorazione.

Fridòr è l'innovativa miscela per friggere di Olitalia, caratterizzata da performance eccezionali, che assicura frittiture profumate, dorate e sempre impeccabili.

- ✓ minore presenza di schiuma
- ✓ minore sviluppo di cattivi odori
- ✓ minore presenza di fumo
- ✓ minore imbrunimento
- ✓ minore sviluppo di composti polari
- ✓ **maggiore numero di cicli in frittura**

Fridòr, il fritto semplicemente perfetto.



Un cestello (5 litri) contiene:

FRITTO	FRITTO	FRITTO	FRITTO	FRITTO
FRITTO	FRITTO	FRITTO	FRITTO	FRITTO
FRITTO	FRITTO	FRITTO	FRITTO	FRITTO
FRITTO	FRITTO	FRITTO	FRITTO	FRITTO

Le date scade la garanzia indicativa di un anno e di un anno e mezzo di un prodotto industriale di Olitalia. Il prodotto non è adatto per uso alimentare. Il prodotto non è adatto per uso alimentare. Il prodotto non è adatto per uso alimentare.



Fridòr è stato selezionato dall'Associazione Professionale Cuochi Italiani come ingrediente professionale per frittiture a 5 stelle



Bufala Campana Dop, un vero tesoro

DI MARIELLA BONI

Nelle piane del Volturno e del Sele le bufale pascolano fin dal Medioevo. A cominciare a produrre le "mozze" pare siano stati allora i Monaci del monastero di San Lorenzo in Capua, che le offrivano con un tozzo di pane ai pellegrini che si recavano in processione alla chiesa del Convento. Ci vollero però secoli perché la mozzarella diventasse popolare, fino a diventare il prodotto che conosciamo oggi: la Mozzarella di bufala campana Dop, prodotto in Campania, Puglia e nel Lazio dalle circa 120 aziende associate al Consorzio, che creano un fatturato al consumo annuo di 500 milioni di euro. Il più importante marchio Dop del centro-sud Italia, il quarto a livello nazionale per produzione e terzo tra i formaggi Dop italiani.

DA LATTE INTERO FRESCO DI BUFALA, ricco di proteine, grassi e soprattutto calcio totale, la mozzarella si presenta con una tipica struttura a fogli sovrapposti, sempre meno evidenti verso il "cuore". La sua pasta è di colore bianco porcellanato, priva di occhiature; la superficie è liscia e lucente (ma non deve mai essere viscida o rugosa), il gusto è saporito e delicato,

Patrimonio gastronomico tra i più importanti d'Italia, la Mozzarella di bufala campana Dop è apprezzata dagli chef, che in innumerevoli interpretazioni "a tutto pasto" ne esaltano le qualità organolettiche

con il lieve sentore aromatico caratteristico del latte di bufala. Nelle prime 8-10 ore dalla produzione la mozzarella di bufala ha una consistenza leggermente elastica, che con il passare del tempo diventa sempre più "fondente". «La Mozzarella di bufala campana è

comunque un alimento con un proprio ciclo di vita, che lascia mutare ogni sua caratteristica in funzione di tantissimi fattori e dalla sua corretta conservazione», sottolinea Sabato Rinaldi, sales manager del casificio Galdi di Eboli in provincia di Salerno.

Può essere utile sapere che il disciplinare produttivo prevede varie forme per la mozzarella di Bufala campana Dop: oltre a quella tondeggianti che parte dai 20 grammi (perlina, ciliegina, bocconcino), sono ammesse diverse altre tipologie, quali, nodini e trecce fino a tre chilogrammi. Anche se, a giudizio di Rinaldi, il formato 125g è il più richiesto nel canale Ho.Re.Ca. Di recente la mozzarella di bufala è stata al centro di roventi polemiche, per il timore, da luglio, di vedere la chiusura di tanti piccoli produttori aderenti alla Dop, obbligati per decreto ad avere stabilimenti separati per prodotti a denominazione e non.

120 produttori,
500 milioni di
euro il fatturato
al consumo del
terzo formaggio
Dop italiano

ROSANNA MARZIALE E LE 100 INTERPRETAZIONI DELLA "BUFALA"

Rosanna Marziale è una chef. Fin dall'infanzia bazzica le cucine del ristorante di famiglia, Le Colonne, a Caserta e altrettanto presto, grazie alla ricchezza delle materie prime del territorio campano, viene "iniziata" a distinguere e apprezzare i sapori tipici del luogo. Poteva sfuggire al suo palato una eccellenza gastronomica come la mozzarella di bufala campana dop? E infatti proprio di questo latticino succulento e saporito Rosanna è diventata

addirittura "ambasciatrice". Un titolo meritato, visto che alla mozzarella di bufala campana dop la chef ha dedicato uno studio approfondito che ha portato come risultato circa un centinaio di ricette, dall'appetizer al dessert, tradizionali o fantasiose come la "pizza al contrario" o il "tramozzino", sorta di panino dove il pane è sostituito dalla mozzarella farcita, ai primi piatti fantasiosi fino ad arrivare al dessert mozzarelloso al cucchiaio. Il tutto pubblicato nel libro - scritto con Allan Bay - *Evviva la mozzarella! Proposte gourmand con la Bufala Campana*, (edizioni Gribaudo).



Un piatto di Rosanna Marziale: Gnocchi di seppia e Mozzarella di Bufala Campana Dop alle vongole veraci

Allarme rientrato. Con un decreto del ministro delle Politiche agricole, il Governo ha recepito le richieste del Consorzio di tutela, emanando nuove norme di attuazione della legge 205/2008: tutti coloro che fanno parte del sistema Dop potranno continuare sempre a produrre nello stesso stabilimento mozzarella Dop e altre tipologie (ricotte

e mozzarelle non Dop), con l'obbligo però di acquistare esclusivamente latte di bufala proveniente dall'area Dop, per qualunque prodotto.

Questa la più stretta attualità di un prodotto eccellente utilizzato al naturale, così come ampiamente apprezzato dai cuochi in innumerevoli ricette.

A confermarlo è Romano Sassi, titolare

di Agenzia Lombarda, azienda di distribuzione creata nel 1931 con l'obiettivo di diventare un punto di riferimento sul mercato di Milano per il commercio all'ingrosso di formaggi, che nel tempo ha ampliato la sua gamma a moltissimi altri prodotti.

«Ormai - dice - la mozzarella, e non solo quella di bufala, ha superato i limiti stagionali e si vende bene tutto l'anno. Per quanto riguarda la nostra clientela professionale, in genere il ristorante si orienta sulle pezzature da 250 grammi, anche se esistono produttori di mozzarelle in grado di fornirci le più varie tipologie di formati. Da sottolineare che, pur esistendo anche degli allevamenti di bufale in Lombardia e una conseguente produzione casearia, il nostro cliente in genere tende orientarsi sul prodotto a denominazione, probabilmente per via di una qualità percepita e riconosciuta alla Dop dal consumatore».

Istruzioni per l'uso

Come tutti i latticini freschi, la mozzarella di bufala esprime il meglio del suo sapore se consumata entro breve tempo dalla produzione. Ecco i consigli del produttore, Sabato Rinaldi del Caseificio Galdi.



Sabato Rinaldi,
sales manager Caseificio Galdi

CONSERVAZIONE. Per una buona conservazione dopo l'acquisto, bisogna tenere la Mozzarella di Bufala Campana all'interno della confezione, immerse nel liquido di governo in frigo a 4°C/8°C.

Se le si vuole consumare fresche evitare di conservare in frigo: il freddo ne altera sapore e struttura.

SERVIZIO. Per assaporarle al meglio consigliamo di immergere la confezione ancora sigillata in una bacinella d'acqua tiepida (15/16° se nel periodo estivo, 20/25° se in inverno) per circa 15/20 minuti prima di servirle; in tal modo le mozzarelle si ravvivano (la mozzarella è estremamente sensibile alle temperature esterne) e saranno ancora più gustose.

IMPIEGHI. È possibile conservare la mozzarella anche per periodi più lunghi se la si vuole impiegare come ingrediente in preparazioni come pasta al forno, ripieni, pizze, etc. In questo caso bisogna tagliarla e lasciarla aperta in frigo, in modo che, quando cucinata, non rilasci troppo siero e diventi filante al punto giusto. E dagli chef un suggerimento "estremo": abbattuta di temperatura può essere grattugiata sugli alimenti caldi, su cui si fonderà conferendo un tocco speciale.



Romano Sassi

Agenzia Lombarda

Sede legale

Via Borsellino
e Falcone 29
Novate Milanese (Mi)
Tel. 02 3562129

www.agenzialombarda.com

area servita: hinterland milanese, con servizio di consegne giornaliero. Esegue anche spedizioni internazionali. Spaccio aziendale in sede

Fatturato: 15 milioni €

Addetti: 30

Un recente servizio televisivo ha messo in luce le possibili truffe legate ad un prodotto che rappresenta un simbolo della nostra tradizione gastronomica: la mozzarella di bufala. Sotto accusa alcuni produttori senza scrupoli, i quali, aggirando le regole per trarre un profitto illegittimo, avrebbero prodotto, appunto, mozzarelle di bufala destinate al mercato con ingredienti non provenienti dalle zone della Campania e del Lazio alle quali, invece, la legge riserva l'esclusiva produzione.

La risposta degli organi ufficiali, peraltro, non si è fatta attendere, ed è stata affidata ad una conferenza stampa, tenutasi alla fine del mese di giugno, nella quale il Presidente del Consorzio della Mozzarella di Bufala Campana ha ritenuto opportuno precisare che le regole su cui si regge la sua produzione sono improntate a principi di trasparenza, legalità, collaborazione.

IL CONSORZIO È DOTATO DI UN CODICE etico che prevede restrizioni per chi intenda richiedere di far parte di esso e sanzioni per chi ne leda l'immagine. In particolare, all'art. 3 di tale codice sono elencati i principi ai quali deve informarsi l'attività del Consorzio: tra essi, possiamo ricordare l'idea dell'autonomia, purché inquadrata nelle norme vigenti; l'attenzione all'eccellenza delle prestazioni e l'impegno a non creare vantaggi o svantaggi arbitrari nei confronti dei soci. I principali valori sono quelli dello sviluppo e della crescita professionale, della valorizzazione e protezione delle persone che lavorano per il perseguimento degli scopi previsti, del miglioramento continuo dell'efficienza e, soprattutto, della condanna di qualsiasi forma di comportamento illegittimo o scorretto 'verso la comunità, le pubbliche autorità, i clienti, i lavoratori ed i concorrenti'.

La discussione da poco svoltasi si lega strettamente con le tutele che

L'importanza dei consorzi

Non semplici difensori dell'esistente, ma anche vigili garanti delle esigenze concrete dei produttori e dei consumatori. In Italia e all'estero. Come dimostrano alcuni interventi del Consorzio della Mozzarella di Bufala Campana.

l'Unione europea ha predisposto per salvaguardare il patrimonio alimentare del nostro Paese. Fin dal 1979 la denominazione di 'mozzarella di bufala' è ufficialmente sancita in sede europea, e a partire da un D.P.R. del 1993 si è dato riconoscimento, più specificamente, alla denominazione di origine di questo formaggio.

Ma che cosa si intende esattamente quando si fa riferimento alla 'denominazione di origine'? Siamo nell'ambito di quelle che, più genericamente, si definiscono 'certificazioni di qualità': sono espresse da acronimi che identificano alcuni prodotti, garantendone il livello qualitativo a livello europeo.

LE CERTIFICAZIONI DI QUALITÀ sono denominate DOP, IGP e STG: ciascuna di esse ha un significato preciso. La mozzarella di bufala, ad esempio, è dotata della qualifica di DOP, che si scioglie in 'denominazione di origine protetta': ciò significa che essa è legata 'sostanzialmente o esclusivamente' a una determinata zona di produzione, e che deve essere prodotta in stabilimenti situati in quell'area geografica, con materie prime anch'esse provenienti da una zona specifica. Dal punto di vista giuridico, questo potrebbe essere sufficiente; ma il valore di un cibo

DOP va ben oltre le definizioni, e si spinge a ritenere rilevante la caratterizzazione di un territorio sotto il profilo ambientale e umano. In questa prospettiva, l'essere un prodotto DOP significa corrispondere precisamente a una realtà culturale ed economica che non può essere riprodotta né imitata in nessun altro luogo.

Non mancano, per contro, anche questioni che possono sembrare sottigliezze interpretative: la Corte di Cassazione, in una sentenza del 2010, ha stabilito che non si possa etichettare come 'mozzarella con latte di bufala' quella che ne contenga meno del 50%;



Riconoscimento in sei tappe

- Legge 125 del 10/4/1054: tutela delle denominazioni di origine e tipiche dei formaggi
- D.P.R. 28/9/1979: riconoscimento della denominazione tipica del formaggio 'mozzarella di bufala'
- D.P.R. 10/5/1993: riconoscimento della denominazione di origine del formaggio mozzarella di bufala campana
- D.M. 7/4/1998: determinazione degli elementi di etichettatura per il prodotto DOP 'mozzarella di bufala campana'
- Decreto Ministero delle Politiche Agricole 11/2/2008: modifica del disciplinare di produzione della denominazione della mozzarella di bufala campana
- Decreti Ministero delle Politiche Agricole 6/3/2013 e 24/4/2013: regolamento attuativo e successiva modifica della legge 295/2008

insomma, sono ammessi in commercio 'parenti meno nobili' della mozzarella di bufala DOP, ma non bisogna snaturarne del tutto le caratteristiche, a beneficio dei consumatori e a maggior tutela, ovviamente, anche dei produttori.

ALTRI RICONOSCIMENTI prevedono regole meno rigide. Ad esempio, per quello indicato dalla sigla IGP, cioè 'indicazione geografica protetta' è sufficiente che il prodotto presenti una sola caratteristica di distinzione, la zona di produzione è delimitata in modo meno stringente e si ammette che alcune fasi della lavorazione possano avvenire al di fuori di essa e anche che le materie prime provengano dall'estero. Infine, ricordiamo il marchio comunitario STG, cioè 'specialità tradizionale garantita'. In questo caso, ad essere considerate e tutelate sono le caratteristiche specifiche che il prodotto presenta, indipendentemente dalla sua origine geografica; tali caratteristiche sono stabilite da provvedimenti comunitari e sono tali da distinguere completamente quel prodotto da altri simili della stessa categoria. Per rimanere in zona campana, uno



dei prodotti che attualmente godono di quest'ultima qualifica è la pizza napoletana. A tale proposito, una curiosità: essa deve essere consumata sul posto appena sfornata, perché l'asporto determina la perdita del marchio STG.

FORME DI TUTELA TROPPO RIGIDE potrebbero però generare aspetti problematici: è recente infatti la discussione relativa a un articolo di legge (art. 4 quinquedecies del decreto legge n. 171/2008, convertito in legge 295/2008), il quale, mosso dall'intento

Tale norma avrebbe dovuto essere ulteriormente specificata da un decreto attuativo del Ministero delle Politiche Agricole. L'intervento del Ministero, però, nel marzo di quest'anno, si è limitato a prevedere il divieto, per i produttori di mozzarella di bufala DOP, di detenere latte e cagliate bufaline diverse da quelle conformi ai requisiti per la produzione della medesima. Per più di una ragione, il provvedimento, così applicato, avrebbe creato serie difficoltà a molti stabilimenti, vuoi perché la sola produzione della mozzarella di bufala non è sufficiente a smaltire la quantità di latte proveniente dalla mungitura, vuoi per i rigidi requisiti di produzione, che prevedono la trasformazione del latte entro sessanta ore dalla mungitura. Nell'aprile scorso, allora, l'intervento del Ministero è stato corretto nel senso di ammettere la produzione congiunta di mozzarella di bufala ed altri sottoprodotti o derivati della stessa materia prima, ad esempio la ricotta. In tal modo si è posto rimedio al rischio di trasformare quella che doveva essere una tutela più pregnante in una sorta di boomerang contro gli stabilimenti DOP. Ed è stato proprio il Consorzio a svolgere una parte determinante. Questa vicenda permette di concludere affermando che il ruolo di questo, ma anche degli altri consorzi alimentari, non è soltanto quello, quasi statico, di proteggere le caratteristiche esclusive di un prodotto (che nel nostro caso è certamente un patrimonio culturale italiano), ma anche quello di guardare con occhio attento alle esigenze concrete dei produttori, garantendo, insieme, dinamismo e qualità.

Denominazioni



DOP
denominazione di origine protetta



IGP
indicazione geografica protetta



STG
specialità tradizionale garantita

di predisporre ulteriori misure di protezione della mozzarella di bufala, ha stabilito che la sua produzione dovesse avvenire, a partire dal gennaio di quest'anno, in luoghi separati rispetto a quelli in cui si svolge la lavorazione di altri formaggi o preparati alimentari.

IN DISPENSA



Si avvicina la stagione clou per porcini & co, tra i pochi prodotti che non sono coltivati. Dal mercato internazionale arrivano nelle cucine entro tre giorni dalla raccolta per la massima garanzia di freschezza. Per il resto dell'anno ci pensano i surgelati

Tempo di funghi

DI MARIELLA BONI

Boleti e ovoli, cantarelli e prataioli, chiodini e spugnole... Sempre graditi alla clientela di un ristorante, sono uno dei pochi ingredienti che possono “reggere” un menu intero, dolce compreso, visto che ci sono chef in vena di innovazioni che hanno preparato un gelato salato a base di porcini caramellati, a quanto pare anche con un discreto successo. I funghi più pregiati e universalmente presenti nelle carte dei ristoranti italiani sono proprio i porcini, nelle varie, profumate e saporitissime tipologie come il Boletus Edulis, l'Aereus dal cappello scuro, il Reticulatus o Aestivalis.

Si tratta di un prodotto del bosco, che nessuno ancora è riuscito a coltivare e che quindi è soggetto all'estrema variabilità dovuta a ragioni climatiche stagionali, anche se le importazioni da varie zone deputate alla crescita dei boleti consentono forniture costanti di porcini freschi alla ristorazione.



Prodotto stagionale, valorizza il menu senza aumentare il carico calorico nel piatto

TRE GIORNI DALLA RACCOLTA.

Ivano Lemmetti è responsabile vendite di Versifungo, azienda specializzata nella commercializzazione di funghi freschi (ma anche surgelati ed essiccati, oltre ad altri prodotti del sottobosco e vegetali), e sis post-spesso in vari Paesi europei per gli acquisti e i controlli qualità. E ci spiega: «Pur avendo molti altri prodotti in portfolio, i funghi freschi rappresentano il 30% del fatturato aziendale il che evidenzia la loro importanza per la ristorazione. Naturalmente si



LA PERCENTUALE DI SCARTO PER LA PULITURA

13%
OVULI

8%
PORCINI

5%
PRATAIOLI

2%
PLEUROTES



tratta di un prodotto stagionale, che da fresco si può trovare in un arco di tempo che va da metà maggio fino a metà novembre, a patto di andare a rifornirsi su tutti i mercati europei, seguendo le crescite. Da sottolineare che i porcini freschi che forniamo al settore horeca arrivano nelle cucine dei ristoratori mediamente entro tre giorni dalla raccolta, forniti della tracciabilità totale. Sono suddivisi in prima e seconda scelta: i primi sono gli esemplari più giovani, che in genere hanno una "testa" più chiusa; i boletus di seconda scelta hanno magari un paio di giorni in più, ma generalmente sono più interessanti dal punto di vista gastronomico, per il loro sapore intenso. Da sottolineare che il valore nutritivo dei funghi mangerecci è paragonabile a quello delle verdure: danno pochissime calorie, non

TOP DI GAMMA

A Borgotaro l'unico porcino IGP d'Europa

Il piccolo comune situato sull'Appennino parmense vanta un primato: fra questi boschi di faggi, castagni, roveri e abeti crescono i pregiati porcini di Borgotaro Igp. Una crescita che viene attentamente studiata dagli addetti forestali e che si è scoperto essere favorita da un'attenta opera di ripulitura del bosco, che un tempo era costantemente curata dagli agricoltori e allevatori locali. Il porcino di Borgotaro Igp, per essere tale deve rispondere a dei particolari requisiti di qualità (ad esempio freschezza, assenza di parassiti ecc.) elencati dettagliatamente nel sito del Consorzio (www.fungodiborgotaro.com). I raccoglitori, circa un centinaio, devono essere iscritti a un apposito albo. Oltre che per il consumo fresco, i funghi IGP di Borgotaro sono particolarmente indicati per l'essiccazione in quanto mantengono praticamente inalterato il loro profumo e l'aroma intenso.

VERSILFUNGO

Sede legale

Via Ghivizzani, 84
Capezzano Pianore (Lu)
Tel. 0584 338243

www.versilfungo.com

Fatturato 11 milioni di euro

Numero addetti 16

Zona servita tutta Italia



IN DISPENSA

contengono grassi e presentano un discreto contenuto vitaminico, salino e di fibra. Un aspetto che deve quindi essere tenuto in considerazione nella costruzione di una ricetta, dove la presenza di funghi non costituisce un carico calorico degno di nota e quindi può essere "speso" a vantaggio di altri ingredienti.

DIFFERENZE REGIONALI. Interessante approfondire la cultura del prodotto "porcino", che cambia regionalmente. «C'è boleto e boleto - spiega Lemmetti - e a seconda dell'habitat in cui cresce ha sapori differenti.

C'è il porcino di latifoglie e quello di aghifoglie e noi salvaguardiamo il cliente e il gusto locale fornendogli il tipo di porcino preferito: al cliente del Trentino non daremo un porcino da latifoglie, perché la loro tradizione gastronomica è orientata ai boleti che crescono nei boschi di abeti. Mentre a un cliente toscano forniremo porcini da latifoglie, quelli che crescono fra faggi, rovere, castagni, in linea con il gusto regionale».

Di questo pregiato prodotto selvatico le quotazioni possono oscillare a seconda della produzione, anche se quest'anno si attestano, secondo Lemmetti, attorno ai 10 euro al chilo e non sono destinati ad aumentare. Ma con l'arrivo della stagione clou del fungo, l'autunno, la qualità sarà sicuramente destinata a crescere. Una curiosità: per chi non lo sapesse, i più accaniti consumatori di funghi sono i ristoratori di Lazio e Toscana.

Surmont

Sede legale

Via Cal Lusent, 71 Pederobba (TV)
Tel. 0423 681981 - www.surmont.it

Fatturato in crescita, prevedono di chiudere il 2013 con un fatturato di circa 20 milioni

Numero addetti 35

Zona servita Tutta Italia, oltre a vari Paesi esteri



Freschi tutto l'anno

Un processo di surgelazione eseguito a dovere non va a intaccare la qualità di un buon prodotto. Una realtà che riguarda anche i funghi, come spiega Renzo Dall'Anese, responsabile vendite canale Horeca di Surmont (www.surmont.it), azienda specializzata nella produzione e commercializzazione di funghi e vegetali surgelati. «Noi trattiamo tutto quanto riguarda il mondo dei funghi selvatici e coltivati, dai porcini, ai cantarelli, fino agli champignon, i pleurotus o gli shitake, in vari tipologie di formato. Sono prodotti che il ristoratore apprezza perché sa che un buon surgelato offre una valida qualità gustativa e mantiene una costanza nella qualità e varietà del prodotto, potendo anche scegliere fra varie categorie e tipologie di funghi. Inoltre si tratta di prodotti pronti all'uso, selezionati e già puliti».

In ambito di funghi, naturalmente, sono i porcini a rappresentare il prodotto più richiesto. «In effetti - conferma Dall'Anese - il ristoratore quando parla di funghi intende quasi sempre i porcini, anche se le variabili regionali portano a volte a preferire altre varietà o il misto funghi. Parlando invece di porcini, a livello qualitativo i funghi europei sono quelli più apprezzati, che noi andiamo a selezionare attentamente nei vari Paesi, per aggiudicarci il meglio della produzione selvatica. Non a caso siamo presenti in modo capillare in tutti i Paesi europei, che ci garantiscono contatti immediati non appena sono segnalate le crescite. Da sottolineare che il prodotto surgelato viene raccolto, pulito, surgelato e confezionato nei formati preferiti, con la comodità per il professionista di poterlo usare risparmiando il tempo-lavoro e gli scarti della pulitura. La richiesta del porcino intero è sempre forte, ma chi vuole avere la garanzia di scegliere un prodotto di altissima qualità può puntare ai porcini già tagliati a fette: in questo modo è possibile vedere anche internamente la perfezione del fungo stesso».



Frisbee makes party easy!



**Frisbee è un piatto
da aperitivo, ma non solo!**

Supporto staccabile/intercambiabile
disponibile in diverse colorazioni realizzato sulla base
dei bicchieri più comuni presenti sul mercato

Piatto personalizzabile
con stampa a scelta



È realizzato in plastica tipo Abs (alimentare), del peso di 140 gr e lavabile in lavastoviglie, che con 2 supporti intercambiabili colorati, permette tramite gli stessi, il sostegno della maggior parte dei bicchieri in circolazione: ottagonali, tondi da birra e con gambo per il vino, tutti con una sola mano, lasciando libera l'altra. La facoltà di scegliere colori differenziati tra piatto e supporto, la linea accattivante grazie ad un design ricercato, lo rendono il prodotto ideale per feste, banchetti ed eventi in genere, diventando la soluzione definitiva al problema del rinfresco in piedi, qualunque esso sia e non limitato al solo utilizzo del flut.

PRIMO PIANO

Mai più senza glassa



DI MARIA ELENA DIPACE
Ivenuto molto popolare nell'ultimo decennio, l'Aceto Balsamico prodotto a Modena ha una storia millenaria. Meno risaputa è l'esistenza di due distinte tipologie di questo prezioso e notissimo aceto: l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP di limitata produzione e prezzo esclusivo e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, disponibile in una vasta gamma di qualità, presentazioni e prezzi. L'Aceto Balsamico "Tradizionale di Modena" da sempre, viene prodotto utilizzando solo mosto delle uve autoctone, cotto a fuoco lento e diretto, acetificato e poi invecchiato in botticelle di legni pregiati per almeno 12 anni, in tal modo si può definire affinato, e almeno 25 anni per potersi definire extravecchio. I mosti utilizzati per ottenere l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena devono essere ottenuti da uve modenesi, provenienti da vigneti composti anche solo in parte, dai vitigni del rinomato Trebbiano, gli occasionali Ancellotta e Sauvignon, gli originali Sgavetta e Berzemino e l'immane varietà dei lambruschi. L'Aceto Balsamico tradizionale è prodotto esclusivamente nelle province di Modena e di Reggio Emilia, ed entrambi i balsamici sono protetti dal marchio D.O.P. L'Aceto Balsamico Tradizionale è quindi un condimento alimentare tra i più pregiati al mondo. Di grande qualità anche l'Aceto Balsamico di Modena IGP che è ottenuto esclusivamente da vitigni di Lambrusco, Sangiovese, Trebbiano, Albana, Ancellotta, Fortana e Montuni. Il prodotto è ricavato da mosti di uva, che possono essere parzialmente fermentati, cotti e/o concentrati con l'aggiunta di una percentuale di aceto invecchiato per

Molto popolare tra gli chef, la glassa all'aceto balsamico rappresenta quell'ingrediente immancabile nella presentazione dei piatti, ma anche utile per condire le pietanze con un pizzico di originalità in più

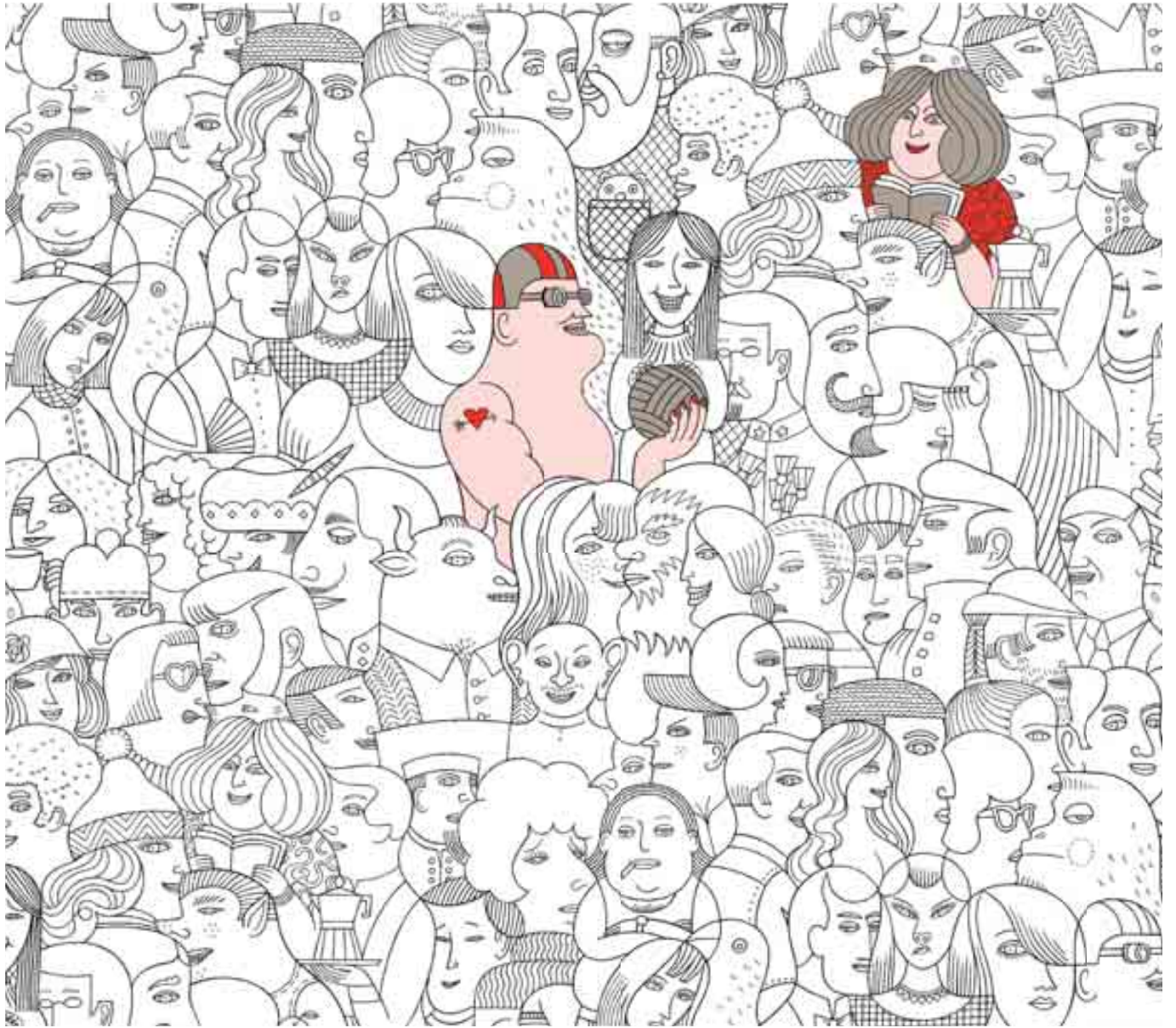
non meno di un decennio, abbinato all'aggiunta di almeno il 10% di aceto ottenuto per acetificazione di solo vino. Le proporzioni di mosto d'uva, cotto e/o concentrato non devono essere inferiori al 20% della quantità totale di prodotto da avviare alla lavorazione, al quale potrà essere anche aggiunto caramello, in una quantità non maggiore del 2% del volume del prodotto finito. Due prodotti straordinari a cui si è aggiunta recentemente una variante molto popolare tra gli chef: la glassa all'aceto balsamico. La sua particolare consistenza densa e il tipo di bottigliette di plastica morbida con cui vengono confezionate permettono loro di "scrivere" direttamente sul piatto, ma è anche un condimento straordinario per dare un tocco di originalità a piatti salati e dolci. Negli ultimi tempi, grazie a una mirata strategia di marketing e a molti programmi televisivi dedicati alla cucina d'autore, ritroviamo la glassa di aceto balsamico in molte ricette. La sua consistenza è sciropposa, cremosa, grazie all'alta percentuale di aceto balsamico contenuta; dal colore scuro, profumo aromatico e gradevole e sapore agrodolce. Un condimento originale che rappresenta in questo momento la vera rivoluzione sopra, dentro e fuori dal piatto!

DA LIOTTI DUE PROPOSTE UNICHE



CREME ALL'ACETO BALSAMICO

Sono due le creme all'aceto balsamico che propone l'azienda Liotti di Crotone. Dalla classica densa e cremosa realizzata mediante mosto d'uva concentrato cotto, Aceto Balsamico di Modena IGP 30%, fino alla più originale Crema all'Aceto Balsamico alla Fragola, dove l'elemento nuovo è sicuramente l'utilizzo del succo di fragola concentrato che la rende davvero una proposta alternativa, perfetta per decorare, ma anche per condire qualsiasi piatto con un pizzico in più di originalità.



**MOAK
GENER
ACTION**



Ci sono incontri. Ci sono parole a vanvera o discorsi impegnati. C'è il caffè, il suo aroma. C'è chi preferisce la moka o chi beve solo espresso. C'è chi noncurante di chi ha intorno clicca su pausa. C'è chi ti sta cercando. C'è chi pensa di cambiare il mondo. C'è chi ti prende per quello che sei. C'è chi lo beve amaro o chi troppo dolce. C'è vapore, rumore di cucchiaini. Ci sono notti insonni, pagine da leggere e storie da ascoltare. C'è un nuovo DNA, una nuova generazione.
moak generation

IN DISPENSA

RISO

QUATTRO VARIETÀ IN GAMMA

Carnaroli, Semifino Arborio, Semifino Vialone Nano, Ribe Parboiled. Sono le varietà di riso presenti nell'offerta di riso a marchio Quality adatti in particolare per la preparazione di risotti.

Caratteristiche organolettiche: all'analisi organolettica il riso lavorato si presenta con i grani tipici della varietà, di colore caratteristico del tipo di lavorazione, di odore tipico e di sapore caratteristico senza note estranee o tracce di infestazione, in atto o recenti, da insetti o roditori; o odore di ammuffito; o odore di affumicato; o odore di rancido o stantio; o qualsiasi altro odore, colore o sapore intenso, sgradevole, comunque riconducibile ad un non perfetto stato di conservazione.

Confezioni: confezionato in sacchetti termosaldati sottovuoto posti in astuccio di cartoncino da 1000 grammi. Shelf life 26 mesi dalla data di confezionamento.

Tempo di cottura: 14-16 minuti per tutte le varietà.



SALE MARINO ANCHE IODATO

Sale Marino Naturale Alimentare, ottenuto per evaporazione spontanea di acqua marina ad alto gradiente salino, controllata in relazione all'assenza di fattori inquinanti.

La lavorazione prevede la raccolta meccanizzata, il prelavaggio in controcorrente, il lavaggio in controcorrente con salamoia satura, la centrifugazione, l'essiccamento in forni a letto fluido a 225° C, la vagliatura di selezione per risonanza.

Nelle varietà iodate, è effettuata l'aggiunta di iodato di Potassio secondo le prescrizioni di legge: 51 mg/kg, quantità necessaria a garantire stabilmente 3 mg di iodio (I) per ogni 100 g di prodo. Nel sale fino viene inoltre aggiunto antiagglomerante secondo le prescrizioni di legge.

FORMATO

Astuccio in cartoncino retro alimentare da 1kg



CREME

AL TARTUFO, DI OLIVE VERDI, DI FORMAGGI, AGLI SCAMPI

Quattro creme che trovano un'ampia varietà di impiego in cucina per personalizzare le ricette e per realizzare tartine e canapé

Crema di olive verdi: prodotta con olive verdi surgelate e in salamoia ridotte in pasta omogenea con l'aggiunta degli altri ingredienti (olio di semi di girasole, extravergine di oliva, sale).

Crema al tartufo: è una crema di funghi champignons cotti e addizionati di tartufo nero estivo, miscela di spezie e piante aromatiche, pane grattugiato.

Crema di formaggi: mix di quattro formaggi italiani ed europei (Maasdammer, Grana padano, Emmental, Fontal), triturati, portati al punto di fusione e omogeneizzati con burro.

Crema agli scampi: si utilizzano scampi congelati con bollo Ue opportunamente lavorati e resi cremosi.

FORMATO

In vasi di vetro di varie dimensioni a seconda del prodotto: 950 g le olive verdi, 500 g la crema al tartufo, 500 g quella agli scampi e 550 g la crema di formaggi. Shelf life di 36 mesi.



**CARCIOFI
ALLA CONTADINA IN OLIO**

Carciofi ricavati da piante sane e mature, scottati, torniti, tagliati a fettine o a spicchi e conservati in olio di semi di girasole, con l'aggiunta di spezie in proporzione variabile (prezzemolo, aglio, peperoncino piccante, pepe bianco). I prodotti si presentano con l'aspetto integro, la consistenza soda e compatta, il colore giallo uniforme con leggere sfumature verdi, il gusto speziato. Si possono utilizzare come contorno o come condimento sulla pizza.

FORMATO

Secchiello in polipropilene con top termosaldato e coperchio. Peso netto 1550 g, peso sgocciolato 950 g. Il trattamento di pastorizzazione assicura una shelf life di 14 mesi. Dopo l'apertura, conservare in frigorifero coperto da liquido di governo.



**GRISSINI TORINESI
IN SACCHETTI MONOPORZIONE**

È un classico della tradizione italiana sulla tavola del ristorante. Questi grissini torinesi sono prodotti con farina di grano tenero e margarina vegetale. Le caratteristiche organolettiche sono quelle tipiche del tradizionale grissino torinese: corpo alveolare a forma di piccolo bastone, colore ambrato uniforme, odore tipico del pane, consistenza friabile.

FORMATO

Confezione in polipropilene da 20 buste monoporzione di polipropilene bianco stampato da 12 g. Shelf life di 12 mesi.



SUCCHI CONCENTRATI

Il processo di produzione di questi succhi concentrati prevede la spremitura della frutta, la concentrazione dei succhi ottenuti, la filtrazione e la combinazione con soluzione zuccherina. Successivamente si aggiungono altri ingredienti ed infine si procede all'omogeneizzazione.

I succhi concentrati così ottenuti non sono adatti al consumo diretto e devono essere diluiti in acqua con un rapporto di un volume di prodotto per sette volumi di acqua.

Tropical: Arancia, Ananas, Maracuja, Mango, Papaya, Limone sono i frutti utilizzati per questo cocktail di frutta tropicale di colore giallo arancio.

Pompelmo: oclassico colore giallo chiaro e sapore dolce per il succo concentrato di pompelmo

Arancia: arancia bionda o arancia sanguinella per i due succhi, dal colore giallo arancio il primo e arancio-rosso il secondo.

Ananas: sapore dolce dell'ananas maturo e colore giallo chiaro.

Ace: classica combinazione di arancia, carota e limone per questo superclassico.

FORMATO

Tanica da 7 l. Shelf life 12-18 mesi in luogo fresco e asciutto.



**ACETO BALSAMICO
DI MODENA**

È una delle eccellenze dell'italian food. Ottenuto con aceto di vino, mosto d'uva concentrato cotto prodotto da uve dell'Emilia Romagna. Per il gusto armonico e la sua bassa acidità (6-6,2%) si utilizza per condire insalate, ma anche in cucina con le carni alla griglia o per realizzare piatti agrodolci. Si conserva per tre anni a temperatura ambiente (25°C) se non esposto per tempi prolungati alla luce diretta. All'aspetto si presenta limpido e brillante.

FORMATO

Bottiglia "rossini" da 0,5 l.

DI GREGORI NALON, WWW.GREGORICHEF.IT

L'Italia è la patria dei salumi. Tra questi abbiamo delle vere e proprie eccellenze riconosciute in tutto il mondo.

Sono quelle salvaguardate dal marchio di qualità Dop (Denominazione origine protetta) e Igp (Indicazione geografica protetta). Questi marchi, gestiti dai relativi consorzi, garantiscono un disciplinare che prevede diversi obblighi riguardo all'origine dei suini, il tipo di alimentazione, la lavorazione e la stagionatura.

Tra i prodotti Dop più noti citiamo il Prosciutto di Parma, il Prosciutto di San Daniele, il Culatello di Zibello, il salame di Varzi. Tra gli Igp il Salame Cremona, il Prosciutto di Sauris.

Vi sono però prodotti non certificati Dop o Igp che rappresentano una quota importante del consumo quotidiano sia tra le mura domestiche sia in ristorazione. Diventa allora importante saper identificare i prodotti dalle loro definizioni sia per orientarsi nella scelta sia per non lasciarsi attrarre solo dal fattore prezzo, che cela minore qualità e, in definitiva, minore soddisfazione dei propri clienti.

PROSCIUTTO CRUDO. Identifica la categoria di prodotti di qualità inferiore. Non dovendo rispondere a requisiti specifici, la stagionatura può essere anche accelerata attraverso la tecnica della stufatura. Le sue caratteristiche sono una umidità superiore al 64% e un contenuto di proteine inferiore al 24%.

PROSCIUTTO CRUDO STAGIONATO. In questo caso il prodotto deve essere stato sottoposto a una stagionatura di almeno 7 mesi o almeno 9 mesi qualora il peso totale finale dopo la stagionatura non sia inferiore a 8 kg. Non è consentito il procedimento di stufatura.

Naturalmente avrà una umidità inferiore al 64% e un valore proteico superiore al 24%. Umidità e valore proteico sono correlati: se la prima

supera il 64% il valore proteico diminuisce. Anche il gusto ne risente. Se ci fosse molta umidità, una stagionatura fatta male o ridotta nel tempo, il sapore sarebbe di carne cruda e le fette sarebbero appiccicaticce.

CULATELLO DI ZIBELLO O CULACCIA? Pur essendo simile per forma al Culatello di Zibello la Culaccia (o Culatta) è un tipico salume parmense che si discosta dal re degli insaccati sostanzialmente perché... non è un insaccato. Infatti un lato è ricoperto dalla cotenna e l'altro dal grasso (sugna, strutto). Anche il livello di prezzo e le qualità organolettiche sono inferiori a quelli del Culatello.



Il nome dei salumi

Quali differenze si nascondono dietro i nomi che definiscono i salumi? Come riconoscerle? Come identificare la qualità dalla definizione?

Ecco una breve guida.



A differenza di quello normale, il prosciutto cotto scelto e quello di alta qualità sono ottenuti da coscia di suino intera. Sono visibili i fasci di muscoli





GREGORI'S
FOOD COACH

Conoscere i prodotti e le loro caratteristiche: il primo passo per un corretto rapporto con i clienti



PROSCIUTTO COTTO. Con questo nome si identifica un prosciutto cotto di qualità inferiore (primo prezzo), con un contenuto di umidità che può arrivare all'81%, ottenuto spesso con impasti di carni di maiale miste, pressate, con aggiunte di polifosfati (che hanno la funzione di trattenere l'acqua e vengono iniettati nella carne prima della cottura), amidi, lattosio, conservanti, addensanti.

PROSCIUTTO COTTO SCELTO. Si utilizzano le cosce del maiale intere, ma l'umidità può arrivare intorno al 78,5%. Anche in questo caso sono ammessi polifosfati, amidi, fecole, gelatine animali, proteine del latte, proteine della soia.

PROSCIUTTO COTTO DI ALTA QUALITÀ. Ottenuto con cosce di suino intere e carni mature, il prosciutto cotto di alta qualità è superiore. Il tasso di umidità deve rimanere sotto il 75% e non sono ammessi polifosfati o additivi di nessun tipo, neppure il glutammato monopedico, che rafforza in modo artificiale il sapore.

SALAME. Quando si parla di salame si intende un prodotto con carni e grasso separati meccanicamente e

non può contenere coloranti. Non esiste una norma che stabilisca il preciso rapporto tra grassi e proteine. Il tipo di grana e la maggiore o minore presenza di grasso, così come l'abbinamento di carni diverse danno origine a una grande varietà di salami.

Da sapere: la normativa che a partire dal 1° gennaio del 2009 è entrata in vigore riprendendo il decreto ministeriale del 21 settembre 2005 ha disciplinato le denominazioni di alcuni salumi sopracitati.

Dal 2003 invece alcune normative hanno specificato alcuni ingredienti dei salami. La legge infatti dice che su prodotti a base di maiale, se il grasso è superiore al 30% e le parti connettive (tendini, nervi, cotenne) superano il 25% devono essere indicati in etichetta, invece della generica dichiarazione di "carne suina".

Questo per il consumatore significa che se in un salame si dichiara sol-

tanto "carne suina" (vera carne con parti magre), significa una presenza di grasso inferiore al 30% e al 25% per quanto riguarda il tessuto connettivo. Se invece vengono dichiarati anche questi ingredienti, la loro percentuale è superiore rispettivamente al 30% e al 25%. Quindi il prodotto è di qualità inferiore e meno costoso. Nell'ordine, gli ingredienti di maggiore importanza devono essere scritti in ordine decrescente. Quindi se la dicitura "carne suina" è in seconda o, peggio, in terza posizione significa che la qualità della salame è veramente scadente.

ATTENZIONE ANCHE ALL'ACQUA. Questo ingrediente a costo zero non deve superare il 5% se questo avviene deve essere segnalato e la dicitura "carne suina" deve essere accompagnata rigorosamente dalla percentuale, dalla quale si percepisce quanta acqua ci può essere nel prodotto.

Il migliore amico dello chef

Aumentare la sicurezza igienico-sanitaria, programmare gli acquisti e ottimizzare i processi di preparazione: sono solo alcuni dei motivi per utilizzare l'abbattitore in cucina, piccola o grande che sia

DI RACHELE AGOSTONI

L'abbattitore è una macchina tuttofare: raffredda rapidamente al cuore gli alimenti cotti ancora caldi e si può usare a temperatura positiva (+3°C, per la conservazione in frigorifero) o negativa (da -18°C in giù). In alcuni casi, usando i modelli più evoluti, può persino scaldare per affiancare, anche se non sostituire completamente, il forno. I software di gestione degli apparecchi permettono di impostare, per ogni alimento da trattare, i tempi e le temperature migliori.

«Un abbattitore in cucina è fondamentale – afferma Roberto Zanobi, uno degli amministratori di Formasal – per organizzare la tempistica e preservare la qualità dei piatti preparati, perché vengono conservati nelle condizioni migliori. Credo che i ristoratori che fanno della cura nella selezione delle materie prime il punto di forza della loro cucina non possano fare a meno di questa apparecchiatura».

SOTTO IL PROFILO ORGANIZZATIVO l'abbattitore è fondamentale. «Permette di ridurre gli sprechi – spiega Stefano Facco, titolare di Afinox – e di conseguenza di contenere i costi. Potendo contare su un abbattitore, si possono programmare meglio gli acquisti, magari approfittando di of-

ferte o spuntando prezzi migliori per quantità maggiori. Pensiamo al pesce: non è necessario acquistare il prodotto che si consumerà solo in giornata, ma quello per i successivi 5 o 6 giorni». A proposito di pesce, non si può dimenticare che l'uso dell'abbattitore - questa volta a temperatura negativa - è obbligatorio per i locali che propongono pesce crudo. «Il pericolo - continua - è l'Anisakis, un parassita

Ancora poco diffuso in Italia, non ne sono comprese le potenzialità

che viene distrutto solo dalla cottura o dall'uso di temperature bassissime. La legge impone che il pesce destinato al consumo crudo deve essere portato rapidamente a -20°C al cuore e mante-

CONSERVAZIONE
- 20° C
(per mesi)

SURGELAZIONE
RAPIDA - 18° C



Foto: Afinox

nuto a quella temperatura per almeno 24 ore, prima di essere servito». Gli abbattitori sono gli unici strumenti che possono garantire il rispetto di questi parametri.

Nonostante tutto, però, l'uso degli abbattitori non è ancora stato perfettamente compreso da cuochi e ristoratori. «In Italia - racconta Alberto Po, product manager di Angelo Po - purtroppo non sono ancora ben apprezzati dalla clientela. Spesso vengono acqui-

SCONGELAMENTO -
(a temperatura
controllata)
+2/4° C

RIGENERAZIONE
≥ 70° C

SERVIZIO



CONSERVAZIONE
- 20° C
(per mesi)

SCONGELAMENTO -
E/O COTTURA

LA PAROLA AGLI CHEF

Costi ottimizzati, flussi ben gestiti

«Oggi in una cucina ben organizzata è impossibile lavorare senza abbattitore. Io lo uso per tutto».

Lo afferma Michele Cocchi (nella foto a destra), consigliere nazionale dell'Associazione Professionale Cuochi Italiani, esperto di nuove tecnologie (tiene corsi per i colleghi) e titolare della società di catering "Idea in cucina" a Bentivoglio (Bo).

«Usandolo a temperatura positiva - spiega - la shelf-life del prodotto si allunga di un paio di giorni. Se poi l'abbattitore è combinato con altre tecnologie (sottovuoto e pastorizzazione) si arriva anche a 1 mese». La cucina diventa così una piccola industria alimentare, dove i flussi di materie prime sono perfettamente gestiti e i costi ottimizzati. Oltre a sottolineare l'importanza dell'abbattitore a fini igienici, Cocchi lo ritiene uno strumento fondamentale per migliorare la qualità e la resa del prodotto. «Se un alimento cotto viene fatto raffreddare all'aria, perde circa l'8% di peso (umidità) rispetto ad un corretto raffreddamento in abbattitore entro i 90 minuti. Inoltre il prodotto, una volta riportato in temperatura, resta più morbido e succoso, quindi più gradevole al gusto. Anche in pasticceria gli abbattitori sono utilissimi - conclude Cocchi - e non solo per i semifreddi. Pensiamo ai cornetti per le colazioni in hotel. Non è possibile prepararli al momento e quelli in eccesso non sono più fragranti il giorno successivo. Se invece, si preparano in quantità, si abbattono (a -7° C) e poi si fanno rinvenire al bisogno, saranno sempre perfetti». Anche Giovanni Pina, membro dell'Accademia Maestri Pasticceri Italiani, fa ampio uso dell'abbattitore nella sua pasticceria a Trescore Balneario (Bg). «I prodotti di pasticceria - racconta - hanno una shelf-life brevissima, di una giornata, l'abbattimento consente di avere sempre un buon assortimento limitando gli sprechi. Inoltre questo metodo di lavoro offre maggiori garanzie al consumatore, rispetto a un processo più tradizionale. A seconda del prodotto, l'abbattitore si può usare per il prodotto crudo o per quello cotto».



stati più per assecondare le richieste delle ASL che per le loro intrinseche potenzialità. In realtà l'abbattitore può diventare uno dei migliori amici dello chef in cucina. Prima di tutto perché aiuta a ottimizzare l'organizzazione del lavoro permettendo di avvantaggiarsi dei momenti di minore impegno e di avere un menù più ampio col metodo "cook & chill". In secondo luogo per ragioni igieniche, perché permette di prevenire la proliferazione batterica di

un alimento già cotto e che non viene servito immediatamente. Il massimo sviluppo batterico infatti avviene tra i 10 e i 70 gradi centigradi e l'unico sistema per evitare il danneggiamento dell'alimento consiste nell'abbattimento della temperatura. A proposito di igiene e di prevenzione, il gruppo Angelo Po ha sviluppato in collaborazione con l'Università di Napoli e Federpesca due programmi per la linea TOP "Blitz" dedicati all'abbattimento mirato del pesce,

che ricalcano in maniera pedissequa la normativa CE anti-Anisakis: -20°C al cuore per 24 ore o -35°C per 15 ore.

MULTIFUNZIONE E FLESSIBILI.

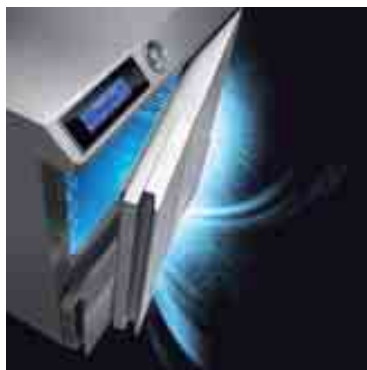
Gli abbattitori sono sempre più delle macchine multifunzionali: alcuni modelli sono in grado anche di sviluppare calore nella camera, permettendo lo scongelamento a temperature controllate, di preparare yogurt o di far lievitare il pane... tutto questo con dei

IN CUCINA



WWW.AFINOX.COM

La gamma di apparecchiature Infinity multifunzione (abbattimento, surgelazione, scongelamento, conservazione, lievitazione, cottura a bassa temperatura) di Afinox spazia dai modelli più piccoli a 5 teglie, a quelle da 15 e si completa con delle vere e proprie celle di abbattimento. In questo modo ogni ristorante può trovare l'abbattitore "delle sua taglia".



WWW.ANGELOPO.IT

L'offerta di abbattitori di Angelo Po comprende tre diverse gamme, in modo da permettere a ciascuno chef un investimento proporzionale alla modalità di utilizzo che intende fare del suo apparecchio. La linea Top, per esempio, ha impostati i programmi per l'abbattimento di diversi piatti e per il pesce crudo; le linee inferiori hanno una dotazione meno ricca.



WWW.IRINOXPROFESSIONAL.COM/ITA

MultiFresh di Irinox è capace di gestire cicli di funzionamento con temperature dai +85°C a -40°C. Con MultiFresh è possibile raffreddare, surgelare, lievitare, scongelare, rigenerare, pastorizzare e cuocere a bassa temperatura. Due le modalità operative: statica con 4 cicli predefiniti e dinamica con cicli dedicati in funzione del tipo di alimento. Disponibile il sistema di sanificazione Sanigen.



Foto: Afinox



Roberto Zanobi
Formasal

Formasal Srl

Sede operativa:
SS Cassia Nord km 86,
01100 Viterbo
Tel. 0761251349
www.formasal.it
Fatturato 16 milioni E
Numero addetti 60
Zona servita Viterbo e
provincia, province di
Terni, Grosseto, Roma

semplici programmi. «Non penso però - afferma Alberto Po - che gli abbattitori possano essere utilizzati al posto del forno: restano comunque camere stagne, mentre i forni sono costruiti per gestire in maniera automatica ed attiva l'umidità prodotta in cottura». Irinox da molti anni, assieme ai migliori professionisti della ristorazione e non solo, sviluppa e testa le attrezzature per ottimizzare i processi produttivi in cucina e aumentare la shelf

life degli alimenti. «Spesso - afferma Luca Gennai direttore commerciale di Irinox - diciamo che la vita di oggi è diventata più frenetica e che i costi che ogni giorno dobbiamo sostenere sono aumentati... questo vale anche per i professionisti della ristorazione. Per gestire l'imprevedibilità della domanda e la molteplicità delle differenti richieste è fondamentale avere flessibilità produttiva. L'introduzione di attrezzature multifunzionali nel laboratorio migliora la gestione dei flussi produttivi e aiuta a ridurre i costi. Il nostro abbattitore può essere programmato per lavorare anche di notte, senza bisogno di assistenza e compie più di una funzione, passando ad esempio autonomamente dal ciclo di cottura a bassa temperatura al ciclo di raffreddamento o surgelazione. Non desideriamo vendere un'attrezzatura, ma amiamo trovare una soluzione che renda migliore la qualità del lavoro di chi ci ha consultato e poi scelto; sappiamo che la nostra tecnologia, oltre a preservare la qualità dei cibi, è oggi uno strumento essenziale per proporre ogni giorno a propri clienti un menu vario e sempre all'altezza delle aspettative, nel rispetto del food cost».

FAI COLAZIONE CON ECOPACK **NATURERA** *by General Fruit*

Chiedi al tuo rivenditore i succhi concentrati per breakfast  **ECO** in 7 gusti nei nuovi pratici contenitori



Ananas



Arancia bionda



Arancia sanguinella

RESA
80
LITRI
PER
LITRO



Arancia
Carota
Limone



Mela



Pompelmo



Tropical



- 1 Togli il tappo e solleva il soffietto
- 2 Riempi con acqua naturale e ottieni 10 litri di ottimo succo fresco e pronto
- 3 Chiudi agita e inserisci nel dispenser frigorifero

E COCCOLA I TUOI CLIENTI
CON L'ESCLUSIVO DISPENSER
FRIGORIFERO  **ECO**
PACK



8 volte meno spazio **8** volte meno peso **8** volte meno fatica



LA RICETTA DI GREGORI NALON

Rotolino di melanzane, ricotta e menta

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



guarda il video della ricetta su
www.mixerplanet.com



INGREDIENTI (12 ROTOLINI)

PER IL ROTOLINO : 3 melanzane tonde medie (g 500 circa), g 100 olio extravergine, g 100 farina 00 bio, g 20 menta fresca, g 500 ricotta fresca, g 4 sale fino marino, g 1 pepe bianco, g 200 mandorle pelate, g 100 parmigiano gratt.

PER L' EMULSIONE DI BASILICO FRESCO E TIMO g 100 olio extravergine, g 20 basilico fresco, g 5 timo fresco, acqua se serve.

PER LA SALSA ALLA MEDITERRANEA g 100 pomodori secchi sott'olio, g 10 capperi, g 30 olive nere.

PER IL CREMOSO DI AGRUMI g 300 formaggio fresco Philadelphia, 1 lime, 1 arancio, 1 limone, 1 g di curcuma, sale, pepe.

ALTRO g 20 glassa di balsamico, buccia di melanzane.



PROCEDIMENTO

PER IL ROTOLINO: mettere la ricotta su carta da forno a tocchetti e passare in forno a 200° per circa 10 minuti, raffreddare. Pelare irregolarmente le melanzane, tagliare a fettine le melanzane, spennellarle di olio, infarinare leggermente e salare. Passarle in forno a 200° per circa 10 minuti. Condire la ricotta con il sale, il pepe, il parmigiano e la menta fresca. Su carta pellicola mettervi le fettine di melanzana, cospargere con la ricotta e d arrotolare. Mettere in abbattitore a raffreddare. Tostare le mandorle in forno triturate e prima di servire cospargere il rotolino.

PER L'EMULSIONE: nel bicchiere emulsionare velocemente tutti gli ingredienti.

PER LA SALSA MEDITERRANEA: frullare tutti gli ingredienti in modo grossolano con l'olio di conservazione.

PER IL CREMOSO DI AGRUMI: con la microplane, ricavare la buccia di ogni quarto di agrume, spremere il lime. Unire tutti gli ingredienti e mescolare bene (il sale va sciolto nel succo di lime).

PER LE MELANZANE A FILI: tagliare sottilissimo le bucce di melanzana. Cospargere con pochissimo olio e passare in forno a 160° per qualche minuto.



PRESENTAZIONE

Adagiare il rotolino sul piatto di fianco all'emulsione di timo e basilico, guarnire con i fili di melanzana, la salsa mediterranea, il cremoso di agrumi e la glassa.

FOOD COST

PER LE MELANZANE :
3 melanzane tonde medie (g 500 circa), € 1 (2€/kg)
g 100 olio extravergine bio, € 1,6 (16 €/kg)
g 100 farina 00 bio, € 0,30 (3 €/kg)
g 20 menta fresca, € 0,40 (20 €/kg)
g 500 ricotta fresca, € 1,5 (3 €/kg)
g 4 sale fino marino, € 0,004 (1€/kg)
g 1 pepe bianco, € 0,020 (20 €/kg)
g 200 mandorle pelate bio, € 6 (30 €/kg)
g 100 parmigiano bio gratt. € 3 (30 €/kg)

PER L' EMULSIONE DI BASILICO FRESCO E TIMO
g 100 olio extravergine bio, € 1,6 (16 €/kg)
g 20 basilico fresco, € 0,20 (10 €/kg)
g 5 timo fresco, € 0,10 (20 €/kg)

PER LA SALSA ALLA MEDITERRANEA
g 100 pomodori secchi sott'olio, € 1 (10 €/kg)
g 10 capperi, € 0,08 (8 €/kg)
g 30 olive nere, € 0,45 (15 €/kg)

PER IL CREMOSO DI AGRUMI
g 300 formaggio fresco Philadelphia, € 2,4 (8 €/kg)
1 lime, € 0,20 (2 €/kg)
1 arancio, € 0,30 (1,5 €/kg)
1 limone, € 0,15 (2 €/kg)
1 g di curcuma, € 0,20 (20 €/kg)

ALTRO
g 20 glassa di balsamico, buccia di melanzane. 1€ 0,20

**TOTALE costo del piatto € 20,704,
€1,72 € a porzione**



MEDIASET
PREMIUM

99€ AL MESE
FINO AL 2014

IL CALCIO PREMIUM CLUB È ANCORA PIÙ GRANDE!



NOVITÀ 2013



**PREMIUM
CLUB**

Con **Premium Club** vivi nel tuo locale in diretta e in **FULL HD** le emozioni di tutta la **Serie A** delle squadre Premium, il meglio della **Serie B**, tutta la **Champions League** e tutta l'**Europa League**. E in più il meglio del calcio internazionale con la **Liga Spagnola**, la **Premier League**, la **FA Cup** e il campionato francese **Ligue 1**. Abbonati subito e avrai tutto il grande calcio Premium Club a soli **99€** al mese fino al 2014.

SCOPRI TUTTE LE NOVITÀ SU mediasetpremium.it/club

ABBONATI SUBITO

mediasetpremium.it/club | 199.303.505*

Offerta valida per chi sottoscrive un contratto annuale Mediaset Premium Club entro il 30/09/2013 e non cumulabile con altre. L'adesione comporta l'accettazione delle Condizioni Generali di Fornitura del Servizio Mediaset Premium Club. La promozione consente la visione di Premium Club a 99€ (IVA esclusa) al mese anziché 139€ (IVA esclusa) fino al 05/01/2014.

*Il costo da telefonia fissa è di 0,03€ al minuto, più 0,06€ di scatto alla risposta (IVA inclusa). I costi da telefono cellulare variano in funzione del gestore da cui viene effettuata la chiamata. Scopri l'elenco completo delle squadre Mediaset Premium e le partite trasmesse sul sito mediasetpremium.it. Serie B e Champions League disponibili per la stagione 2013/2014.

Verifica la copertura del segnale nel tuo comune prima di acquistare sul sito mediasetpremium.it.

L'UTILIZZO IN UN LOCALE PUBBLICO DI TESSERE MEDIASET PREMIUM AD USO RESIDENZIALE È PERSEGUIBILE ANCHE PENALMENTE E RTT SI RISERVA IL DIRITTO DI ESEGUIRE O DI FAR ESEGUIRE VERIFICHE SUL CORRETTO UTILIZZO DELLE TESSERE.

Ambiente di lavoro? Che sia impeccabile

L'abito fa il monaco, è il caso di dire quando si tratta di cucine. Qualche suggerimento per impostare un piano di sanificazione della cucina

Piani di cottura incrostati, pavimenti che non vedono straccio e spazzolone da giorni, piani di lavoro sporchi... sono diventati di pubblico dominio da quando lo Chef Antonino Cannavacciuolo ha iniziato a fustigare chef e ristoratori dalla trasmissione "Cucine da incubo". E non è un caso se è così puntiglioso. «La pulizia è la prima cosa - sostiene Cannavacciuolo - per la qualità dei prodotti e la conservazione/lavorazione delle materie prime. Un locale è come una casa, deve essere tenuto con cura per il benessere non solo dei clienti, ma anche di chi ci lavora».

Quelle che finiscono in TV non sono eccezioni: delle 447 sanzioni amministrative della Asl di Milano nei primi 6 mesi del 2012, ben 123 (il 27,5%) hanno riguardato problemi di sporcizia e di strutture non idonee in bar e ristoranti.

OPERAZIONE IMPORTANTE. «Non basta basarsi sul livello del ristorante per essere sicuri che la cucina sia davvero pulita - racconta Katuscia Consonni, tecnologa alimentare e consulente Haccp per i pubblici esercizi - anzi è più facile

che siano tenute impeccabilmente quelle delle trattorie a gestione familiare, rispetto alla media della ristorazione. Nel primo caso, il ristorante è considerato come una seconda casa e come tale viene amato e curato. Altrimenti, se il titolare lascia la sanificazione interamente sotto il controllo dei dipendenti, il rischio è alto».



Katuscia Consonni, tecnologa alimentare

Non sempre a questa operazione viene attribuita l'importanza che merita. È considerata un costo, una perdita di tempo, un compito sgradevole. «Spesso - continua la consulente - dipende da cattiva organizzazione. La sanificazione si effettua alla fine del servizio, che spesso coincide con il cambio turno: il personale che sta smontando non ha voglia di fermarsi a pulire; quello che arriva, non vuole ripulire la sporcizia fatta da altri. Se il titolare non si assume il controllo, la situazione può sfuggire di mano».

Già in fase di progettazione dei locali, si possono adottare soluzioni che agevolino la sanificazione: le apparecchiature non devono ostacolare le procedure di pulizia; i ripiani devono essere collocati in modo da lasciare sufficiente spazio da terra,



IL 27% DELLE SANZIONI AMMINISTRATIVE dell'Asl di Milano in bar e ristoranti nei primi sei mesi del 2012 hanno riguardato problemi di sporcizia



Enrico Miola

C.D.C. Centro Distribuzione Collettività' Di Miola Enrico & C S.N.C.

Sede legale :
Via Industria, 46 Z.I. - 36050
Sovizzo (Vc)

Tel. 0444 551900

Fatturato 4,2 milioni euro

Numero addetti 3 Agenti,

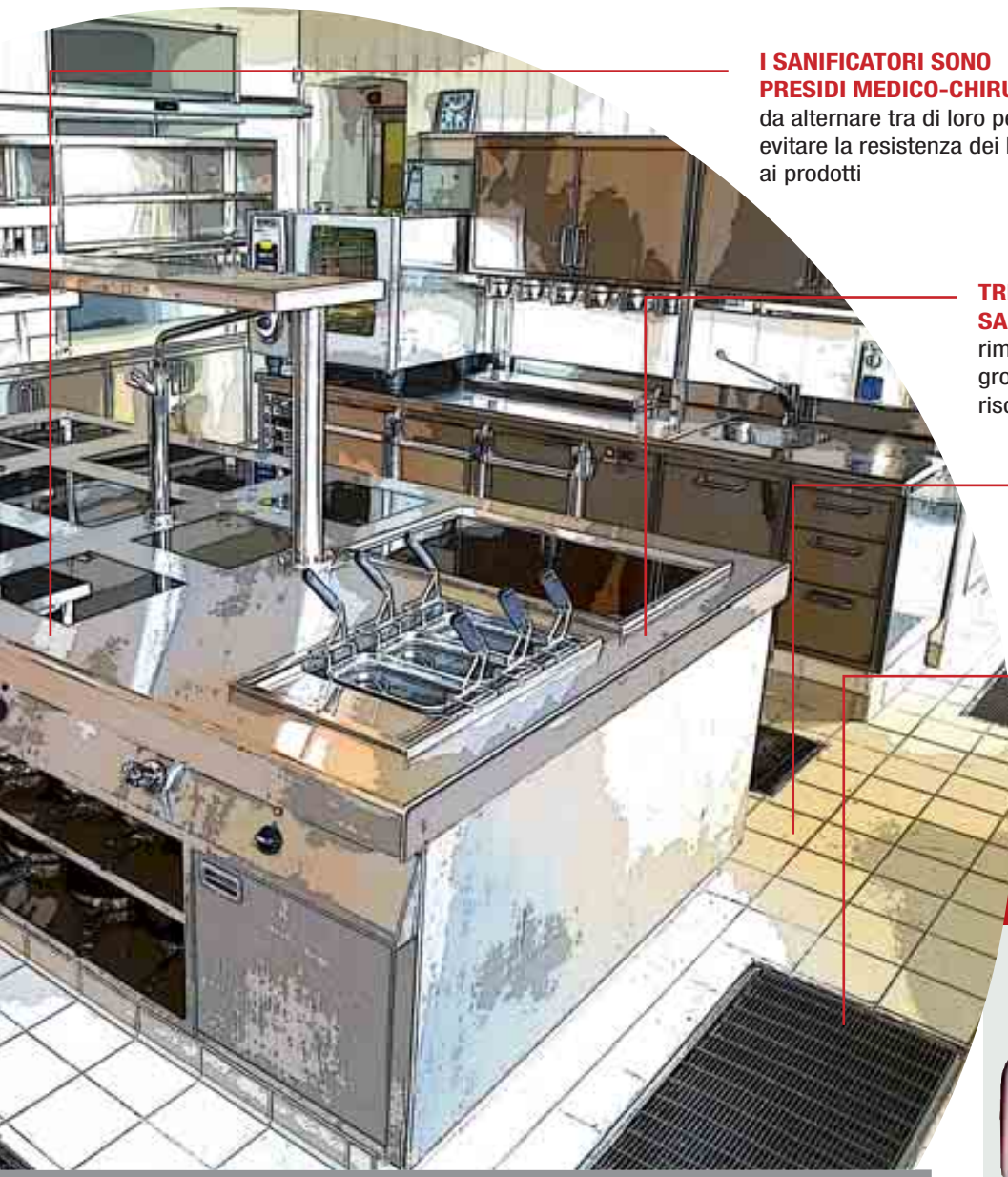
8 venditori dipendenti, 1

responsabile venditori 1,4

impiegati, 8 logistica

Zona servita Vicenza e provincia

per permettere di pulire i pavimenti; le derrate non vanno appoggiate a terra; le superfici, devono essere sanificabili. «Il materiale migliore - af-



I SANIFICATORI SONO PRESIDI MEDICO-CHIRURGICI, da alternare tra di loro per evitare la resistenza dei batteri ai prodotti

TRE FASI DELLA SANIFICAZIONE: rimozione dello sporco grossolano, disinfezione e risciacquo

SE SI USANO PRODOTTI DA DILUIRE OCCORRE rispettare le concentrazioni indicate sulle confezioni

IN FASE DI PROGETTAZIONE DEI LOCALI E DI LAYOUT della cucina bisogna prevedere di rendere agevoli le operazioni di pulizia e sanificazione



LA LINEA DI PRODOTTI DETERGENTI UTILITY si compone di una varietà di prodotti multiuso e specializzati per pulire e sanificare la zona cucina. Tra questi non possono mancare il detergente specifico per sgrassare le superfici e quello per le piastre di cottura, il pulitore antibatterico multiuso senza risciacquo per superfici alimentari e il gel liquido per pavimenti.



ferma Katuscia Consonni - è l'acciaio inox, che non si usura. La formica, pur essendo sanificabile, si può fessurare, creando le condizioni per la crescita batterica se non sottoposta a opportuna manutenzione».

IL PROCESSO DI SANIFICAZIONE consta di varie fasi: rimozione dello sporco grossolano (briciole...), detergenza (per eliminare le macchie), risciacquo, disinfezione (per abbattere la carica batterica), risciacquo. Esistono prodotti che uniscono l'azione detergente a quella disinfettante: semplificano la procedura e prevengono errori, come eseguire la disinfezione prima della detergenza.

I sanificanti devono essere Presidi Medico-chirurgici registrati. «I più

comuni - spiega - sono quelli a base di cloro e i sali di ammonio quaternario: entrambi sono molto validi. Il mio consiglio è di alternare le due categorie di prodotto, per evitare l'assuefazione o la resistenza ai prodotti da parte dei batteri. Le istruzioni in etichetta indicano i tempi di contatto tra disinfettante e superficie: se non si rispettano, la sanificazione perde di efficacia».

La scelta può cadere sui prodotti professionali, concentrati e da diluire, o su quelli per uso domestico. Nel primo caso, bisogna rispettare la concentrazione indicata: se si diluisce troppo, il prodotto perde efficacia, se troppo poco, diventa più difficile il risciacquo (quindi aumenta il rischio di contaminazione chimica) e si spende di più, perché si usa troppo prodotto.

Clima e comfort oltre lo split

Il classico condizionatore d'aria spesso anziché creare un ambiente confortevole è causa di una fastidiosa lama d'aria fredda che disturba i clienti ai tavoli. In caso di ristrutturazione esistono soluzioni alternative più efficienti. Ecco una case history.

DI CONSUELO REDAELLI

Uno dei primi requisiti di un bar o di un ristorante è il comfort, e la temperatura e l'umidità sono gli elementi più importanti per percepirlo. Una piacevole esperienza climatica del cliente all'interno di un locale non è sempre assicurata solo da una buona immissione di aria fresca o calda. La principale caratteristica di un locale ben climatizzato è un ambiente con un buon rapporto tra aria e umidità. Dal rapporto di questi due elementi parte l'analisi delle modalità per rendere confortevole un ristorante o un bar, partendo da soluzioni specifiche per la sala e per la cucina. È sempre importante ricordare, infatti, che i due ambienti hanno caratteristiche funzionali diverse e quindi esigenze specifiche diverse.

CLIMA DIFFERENZIATO. Il locale God Save the Food di Milano (www.godsavethefood.it) progettato dallo Studio C.Milano, progettazione esecutiva dell'arch. Michael Bader, affronta questa problematica in maniera intelligente.

I progettisti hanno studiato una soluzione valida per creare una cucina a vista che, pur nel rispetto delle normative, sia valida anche dal punto

di vista estetico. Le caratteristiche di temperature e pressione, infatti, vengono mantenute idonee grazie all'inserimento tra i due ambienti divisi da vetrate di una porta scorrevole automatica.

L'alto impatto estetico e scenografico non sostituisce un'adeguata climatizzazione, che in maniera differenziata nei due ambienti immette e ricambia l'aria mantenendo un'umidità congrua sia in cucina sia in sala. L'impianto generale è a vista, in modo coerente con il Concept Design del locale dove la natura di Laboratorio-Loft è predominante. I canali a vista bianchi dell'areazione ed il soffitto a travi del medesimo colore rafforzano e integrano la scatola involucro tipica della zona Industriale dei Navigli dove ha sede il locale.

I canali scelti sono quelli microforati: questi elementi oltre ad essere esteticamente divertenti non hanno le solite terminazioni (diffusori) antiestetiche e a getto direzionato. La mandata d'aria immessa nei canali grazie ai microfori è diffusa nell'ambiente in maniera omogenea ed è un'ottima soluzione per spazi ampi e in ambiti industriali come questo. In commercio esistono diverse aziende che vendono questo tipo di



L'impianto di climatizzazione a vista con canali bianchi microforati è la soluzione scelta dal ristorante Good Save the food di Milano,





EUROSYSTEM

Canali microforati che diffondono l'aria climatizzata in maniera omogenea nell'ambiente creando una opportuna miscelazione tra aria calda e aria fredda. www.euro-jet.net



PROTERVENT

Lama d'aria all'entrata che costituisce una barriera allo scambio termico tra interno e smog o insetti e garantisce il mantenimento della temperatura interna. www.proterimex.it/



Trox Italia

Diffusori lineari in alternativa allo split consentono di ottenere in modo confortevole un flusso d'aria misto molto silenzioso. www.trox.it

prodotto. La Eurosystem offre diverse finiture e colori oltre a garantire una diffusione dell'aria utilizzando un sistema di foratura ad alta induzione che consente di miscelare in modo istantaneo l'aria ambiente con l'aria di mandata garantendo il massimo confort ambientale. Nei sistemi tradizionali l'aria che fuoriesce dai diffusori si mescola lentamente con l'aria esistente dell'ambiente generando aree con differenti temperature e correnti.

UNA LAMA D'ARIA in aggiunta all'impianto generale è stata inserita all'ingresso. Un ingresso aperto agevola e favorisce il passaggio di persone ma mette in comunicazione ambienti con temperature e caratteristiche diverse creando uno scompensamento termico. Con l'aggiunta di questo sistema si risolve il problema e il vantaggio è quello di mantenere all'interno del locale la temperatura e quindi anche l'aria pulita, lasciando all'esterno aria calda/fredda, smog, polveri, insetti, fumo e odori. Questa soluzione sta avendo un buon seguito proprio perché aumenta le prestazioni dell'impianto esistente garantendo un clima corretto all'interno del locale senza spifferi e ventate.

Un altro vantaggio significativo è il risparmio energetico; la barriera d'aria evita dispersioni di energia verso l'esterno, riduce la potenza installata degli impianti di climatizzazione e di conseguenza i costi di acquisto ed esercizio e le emissioni di CO2. Alcuni prodotti in commercio come le barriere d'aria Protervent sono cor-

Al Jamie's Italian la climatizzazione è stata risolta con un impianto completamente esterno e integrato con il design d'interni



redate di controlli per ottimizzare il risparmio energetico e ridurre i costi della climatizzazione.

Va specificato che questa soluzione va a integrare l'impianto di condizionamento/riscaldamento esistente per migliorarne le prestazioni isolando un ambiente da un altro senza dover chiudere gli accessi. La macchina può essere integrata e nascosta nel controsoffitto.

Come alternativa ai classici split ci sono anche soluzioni architettonicamente valide ad incasso per controsoffitto: anche i diffusori lineari (Trox Italia) hanno una buona induzione, inoltre si può direzionare il getto tramite deflettori interni.

Consuelo Redaelli, titolare dello studio Toolskit di Milano, è specializzata in progettazione d'interni per bar, ristoranti, mense aziendali, stand, allestimenti temporanei fieristici, chioschi e isole tipiche e in progetti di comunicazione a 360 gradi e di eventi, realizzati chiavi in mano. È anche docente presso l'Istituto Europeo di Design Milano IED nel corso di tesi di interior design. www.toolskit.it

Senza celare nulla

Jamie Oliver è uno dei massimi star chef internazionali, un vero e proprio brand. In uno dei suoi ristoranti della catena Jamie's Italian, a Stratford di quasi 2.130 mq su due livelli, per la climatizzazione è stata scelta un impianto che non viene nascosto ma che diventa uno dei elementi attrattori del locale. Insieme agli arredi si integra come parte e scheletro naturale del luogo. Gli elementi caratterizzanti del locale sono appesi al controsoffitto o alle travi e creano un movimento dal basso verso l'alto: lampade, prodotti gastronomici, scale, luci, travi posizionate a lamelle. In questo disegno i tubi e i canali diventano quasi necessari a completare lo spazio (progettato da Blacksheep).

La tendenza nei progetti di ristoranti e bar è quella di non nascondere nulla: elementi tecnici come gli impianti ed attrezzatura industriale come la cucina vengono tirati fuori dalle partizioni in muratura o cartongesso verticali e orizzontali, questo per ridurre i costi ma anche per creare un ambiente più friendly e comunicare uno specifico lifestyle giovane e dinamico che rispecchia il mood della nuova cucina internazionale.



La cantina è a vista

*Da scrigno per specialità e prelibatezze, luogo intimo esclusivo del ristoratore, a **elemento di differenziazione, capace di svelare a colpo d'occhio l'offerta e la cura rivolta al vino da parte di un locale.***

DI PIETRO CINTI

La metamorfosi della cantina è andata di pari passo con quanto avvenuto nei ristoranti, wine bar in questi ultimi anni, con l'avvento della multifunzionalità, di un ventaglio di proposte e di esperienze che è andato via via allargandosi, è risultato superfluo celare all'occhio del cliente la propria collezione di bottiglie, anzi si è puntato proprio su questo per attirare nuove schiere di wine lovers, poco inclini a lasciare all'oste la supremazia sulla cantina e ben contenti di appagare l'occhio prima del palato, ammirando le etichette in bella mostra in sala.

PROBLEMI E OPPORTUNITÀ si sono generati da questa tendenza: tra i primi, la corretta conservazione delle bottiglie, in particolare il rispetto delle condizioni adatte di temperatura e grado di umidità, mentre tra le seconde, l'avvento di designer particolarmente ispirati dal nettare

di Bacco ha determinato nuove soluzioni di arredo, che presentano le bottiglie in modo nuovo dal consueto scaffale in legno della memoria.

Su tutto l'avvento della tecnologia, che ha modificato l'approccio complessivo al vino: nuovi materiali totalmente trasparenti per gli espositori a garantire la massima visibilità; cantinette di tutte le dimensioni, a riprodurre le perfette condizioni di

conservazione, uso di illuminazione a led per enfatizzare l'offerta. «Oggi il luogo ideale per conservare il vino - spiega Sergio Piantà, uno dei titolari della Emme2Design, azienda specializzata nella realizzazione di espositori per vino - non è più sottoterra, ma è ovunque, anche al centro della sala e grazie alle soluzioni tecnologiche di cui disponiamo possiamo riprodurre dappertutto temperatura e umidità perfetti per la conservazione delle bottiglie, oltretutto con un occhio attento alla resa estetica». La società piemontese, utilizza infatti il plexiglas come materiale che permette la massima visibilità, lavorato al laser per potere realizzare espositori su misura, con un approccio molto moderno. «Essendo piccoli e snelli - prosegue Piantà - abbiamo la possibilità di accontentare il cliente e di adattare il nostro prodotto alle richieste specifiche, con infiniti gradi di personalizzazione. Vendiamo in tutto il mondo, il 50% del nostro mer-

I nuovi wine lovers vogliono appagare l'occhio prima del palato

I supporti per bottiglie stand alone o a parete sono proposti da Emme2Design in un'ampia gamma di varianti

Uno dei modelli di cantinette con zone a temperatura e umidità differenziate e controllate prodotte da Liebherr e commercializzate da Bsd

Temperatura e umidità controllate e differenziate

Tra il domestico e il professionale, anche le cantinette, quei "frigoriferi" pensati e nati per accogliere le bottiglie, stanno avendo un buon successo in questo momento di "trasparenza" enologica che investe anche la cantina. In questo caso il progresso tecnologico ha permesso di controllare le temperature e l'umidità anche in modo differenziato all'interno dello stesso spazio, per dividere i vini bianchi da quelli rossi; le porte e le pareti vetrate dotate di filtri Uv per bloccare i dannosi raggi solari e l'illuminazione a led per fare risaltare

le bottiglie. «Abbiamo 200 prodotti in catalogo - dichiara Luca Montevicchi, dell'ufficio marketing di Bsd (www.bsdspace.it/), società che commercializza le apparecchiature Liebherr- e ci rivolgiamo a un target ampio, dal semplice appassionato fino agli utilizzatori professionali più esigenti. Naturalmente, la nostra offerta è molto evoluta sotto il profilo del design, dei materiali usati, delle soluzioni tecnologiche abbinata, che permettono la massima sicurezza nella conservazione alla piacevolezza estetica, coniugate con la massima efficienza energetica».



cato è all'estero, e il nostro catalogo va dal semplice espositore fino alle camere climatizzate pensate per il locali più grandi».

CONTRIBUIRE AL POSIZIONAMENTO del wine bar o del ristorante, presentando il vino in maniera accattivante e scenografica: è questa la filosofia di Tecnoarredamenti, società che ha un'esperienza quarantennale nella progettazione di attività di ristorazione dove la valorizzazione del vino è un cardine. «La cantina - sostiene l'arch. Marco Taurian, titolare della

Tecnoarredamenti Srl - può diventare sia il luogo attorno al quale si sviluppa l'attività commerciale, sia un elemento di separazione tra una sala e l'altra riservando diverse situazioni a chi vive uno spazio piuttosto che un altro. Le nostre cantine non si limitano alla sola esposizione ma anche ad una corretta conservazione del vino. Per esempio, con lo chef stellato Marcello Leoni di Bologna abbiamo realizzato il ristorante Leoni all'interno del Complesso di proprietà del Gruppo Unipol nel capoluogo emiliano, un'importante osteria ristorante

con due cantine, una, all'interno del bistrot, conserva salumi e formaggi ed ha un'area riservata al vino, l'altra posizionata sospesa al primo piano del ristorante, molto scenografica, conserva esclusivamente vino. In tutti e due i casi, grazie all'utilizzo mirato delle tecnologie e dei materiali quali il legno, l'ottone lavorati in maniera artistica e sapiente, siamo riusciti a soddisfare quella che era la volontà del signor Leoni, cioè la creazione di un palcoscenico per coinvolgere il cliente in un percorso enogastronomico».

È un vero e proprio palcoscenico per i vini quello realizzato da Tecnoarredamenti per il Ristorante Leoni a Bologna



ABRUZZO



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

CALABRIA



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



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

CAMPANIA



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



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



ISCHIA HORECA SERVICE S.R.L.
80077 Ischia (Na)
Tel. 081/9031122



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

EMILIA ROMAGNA



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



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

FRIULI VENEZIA GIULIA



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



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

LAZIO



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



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



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

LIGURIA



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



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



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

LOMBARDIA



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



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



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



MAGGENO VALTELLINA
S.R.L.
23012 Castione
Andvenno (So)
Tel. 0342 56763



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



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.I. S.R.L.
54031 Avenza (Ms)
Tel. 0585 53703



La migliore soluzione per la ristorazione
MORKAL 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



SIQUOR 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



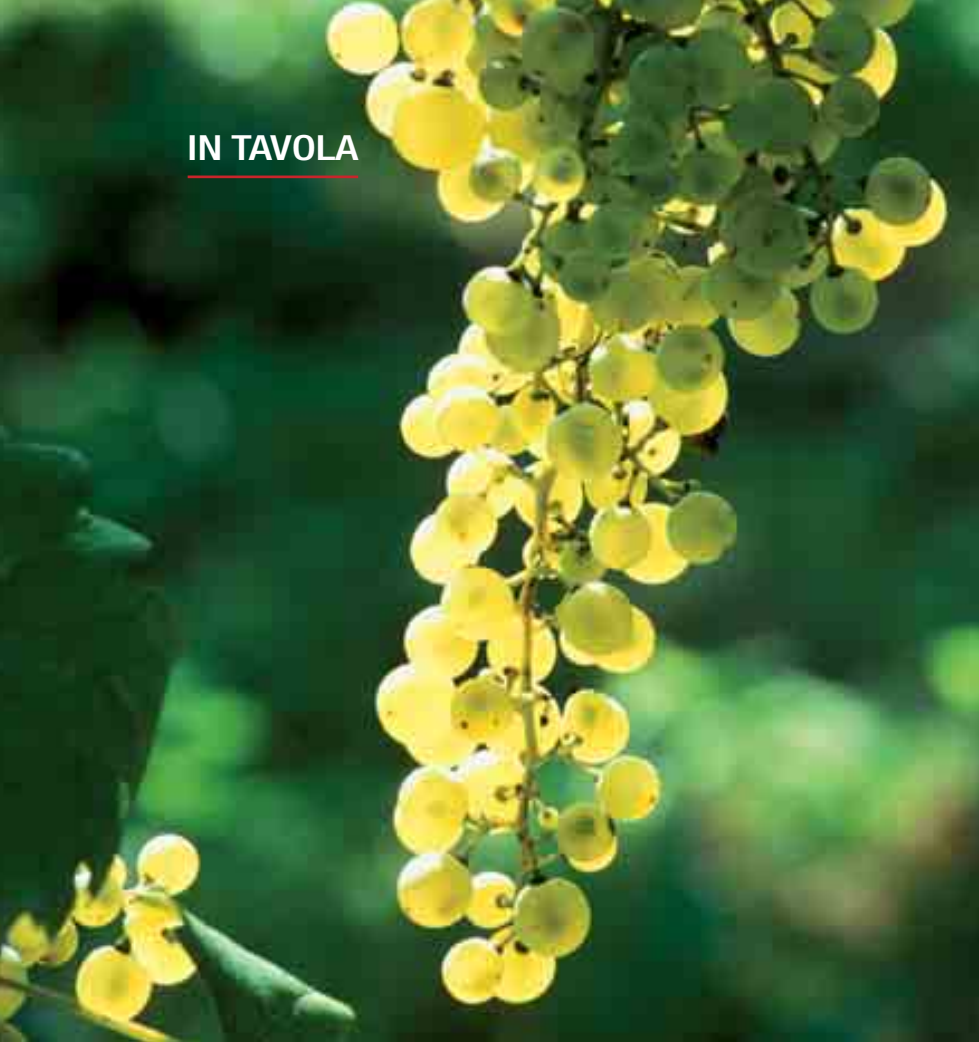
SCOUT MARKETING, LLC - LORTON
TEL. 003019861470



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



Prosecco, un lusso quotidiano

*È sempre più considerato un **vino accessibile e versatile, piacevole da consumare e libero da formalismi**. Con un'immagine sobria ma all'occorrenza anche preziosa ed elegante*

DI NICOLÒ REGAZZONI

Ce n'è per tutte le tasche e per tutte le occasioni. La gamma di Prosecco presente oggi sul mercato è infatti molto ampia e profonda, e consente ai consumatori di accedere a questo mondo con le tipologie più facili e immediate per passare poi a profili organolettici più complessi e sofisticati. Dietro a questo punto di forza, tuttavia, si nasconde anche una potenziale debolezza: a

prevalere nel processo di scelta dei consumatori è infatti spesso la sola parola "Prosecco", e agli addetti ai lavori spetta l'oneroso compito di educare il mercato alle differenze che distinguono una denominazione o una tipologia di Prosecco da un'altra.

Ricchezza e complessità, insomma, ancora una volta si confrontano sul mercato del vino e il Prosecco diventa sinonimo non tanto di un univoco

profilo organolettico, ma piuttosto di un modo di bere all'insegna della piacevolezza e dell'informalità. Non più solo un'alternativa semplice ed economica agli spumanti Metodo champenoise ma piuttosto l'oggetto di una scelta maggiormente consapevole, non riducibile a uno status symbol, che si presta a un infinito numero di interpretazioni tutte da scoprire.

I MOTIVI CHE HANNO FATTO DEL PROSECCO uno dei fenomeni più interessanti della nostra produzione vitivinicola nel mondo sono tanti, e il problema maggiore ancora una volta sarà riuscire a gestire il successo nel lungo periodo.

Per raggiungere questo obiettivo diventerà sempre più insostituibile il contributo che potrà dare il canale Horeca, non solo nel comunicare e argomentare le differenze qualitative agli occhi dei consumatori, ma anche nel valorizzare tipologie di prodotto ancora relativamente poco conosciute al grande pubblico. Il Prosecco Colfondo, per esempio, che viene fatto rifermentare in bottiglia grazie ai lieviti naturali presenti nel vino. Oppure tipologie di prodotto più lontane dalla tradizione e più vicine a logiche di marketing, come per esempio il Prosecco millesimato (di una sola vendemmia), piuttosto che il "Single vineyard" (ottenuto vinificando uve provenienti da un singolo vigneto). E un discorso a parte meriterebbe anche il Prosecco tranquillo (senza bollicine), che esce dagli usuali riferimenti di prodotto ai quali siamo abituati, ma che in molti casi riserva interessantissime sorprese.



**ADRIANO ADAMI
DEI CASEL**

EXTRA DRY VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG

www.adamispumanti.it

Spumante giallo paglierino, che esprime il massimo della sua complessità gustativa e olfattiva alcuni anni dopo la vendemmia. Il profumo ricorda quello della mela gialla, della pesca e della frutta esotica, mentre in bocca esprime particolare morbidezza e freschezza.

Abbinamenti

Eccellente come aperitivo e in accompagnamento a pasticceria secca, stuzzichini e torte non cremose

CARPENÈ MALVOLI

1868

**VALDOBBIADENE SUPERIORE
DI CARTIZZE DOCG**

www.carpene-malvolti.it

Vigneti provenienti dall'omonima ristretta area di produzione, nei dintorni di Valdobbiadene.

Il profumo è complesso, con sentori di acacia, mela golden e pompelmo rosa. Il gusto è rotondo, con una morbida sapidità e un ottimo equilibrio tra morbidezza e freschezza.

Abbinamenti

Ottimo per accompagnare piccola pasticceria



**AZIENDA AGRICOLA BELE
CASEL**

COLFONDO

ASOLO PROSECCO DOCG

www.belecasel.it

Seconda fermentazione in bottiglia secondo metodo tradizionale dei Colli Asolani. Vino in costante evoluzione, dal gusto minerale, quasi salato, persistente. Può essere servito scaraffato, per eliminare il fondo, o al contrario agitando la bottiglia prima del servizio e bevendolo velato.

Abbinamenti

Risotti con verdure o funghi e pietanze a base di pesce



**FANTINEL
ONE & ONLY
PROSECCO DOC BRUT**

www.fantinel.com

Nasce da una selezione di pochi ettari di vigneto che Fantinel possiede a Tauriano di Spilimbergo, nella Grave del Friuli. Ha un profumo intenso, ricco di sfumature floreali e di delicate essenze fruttate, mentre al palato si presenta con un sapore invitante e vellutato.

Abbinamenti

Aperitivo, perfetto con antipasti a base di pesce





BISOL

VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE D.O.C.G. BRUT

www.jeio.it

Un Prosecco particolarmente stimolante al palato, vinificato lasciando macerare per tutta la notte a bassa temperatura le bucce a contatto con il mosto. Esprime in maniera chiara gli aromi varietali, esaltando il profumo fresco ed elegante, il sapore di fruttato e la sapidità.

Abbinamenti

Ideale da tutto pasto. Accompagna perfettamente stuzzichini come tartine e canapé elaborati.

PONTE

PROSECCO DOC SPUMANTE EXTRA DRY MILLESIMATO

www.viticoltoriponte.it

Si presenta con un tipico colore giallo tenue, con riflessi verdognoli, e al naso trasmette spiccati sentori di mela verde, dal retrogusto di agrumi. Al palato si presenta invece fresco, con una spiccata sapidità e una particolare finezza del perlage.

Abbinamenti

Primi piatti a base di molluschi e crostacei, piuttosto che antipasti di salmone o pesce crudo in generale



VILLA SANDI

VALDOBBIADENE PROSECCO D.O.C.G. FRIZZANTE

www.villasandi.it

Profumo intensamente fruttato con note di mela golden e piacevole nota floreale che ricorda i fiori d'acacia. Gusto fresco ed elegante, con carattere morbido e con un finale di bocca piacevolmente fruttato.

Abbinamenti

Antipasti di piccoli crostacei di laguna, primi piatti a base di erbe spontanee



VAL D'OCA

ARGENTO PROSECCO DOC TREVISO EXTRA DRY MILLESIMATO

www.valdoca.com

Il sapore è morbido e un giusto livello d'acidità rende armonico il gusto. Nel complesso è leggero ma con una buona struttura e persistenza. Prodotto con uve delle annate migliori nelle colline centro occidentali dell'Alta Marca Trevigiana.

Abbinamenti

Ideale a inizio pasto ma anche con piatti dal gusto delicato come zuppe e risotti ai frutti di mare.



Prosecco Vigna ai Sassi, solo ottime annate dal 1987

Prosecco è oggi il nome di un territorio delimitato, situato nel nord-est d'Italia, e del vino prodotto all'interno dei suoi confini. Stiamo parlando dell'area Prosecco Doc e delle due aree Doc Prosecco Valdobbiadene Conegliano Prosecco Superiore e Prosecco dei Colli Asolani e Montello. L'area storica del Prosecco è quella di Valdobbiadene e Conegliano, in provincia di Treviso, che oggi è il territorio Docg di maggiore importanza dal punto di vista qualitativo. Ed è proprio dall'uva migliore proveniente dalle ripide colline di Valdobbiadene che si ottiene il Prosecco Vigna ai Sassi, marchio dell'azienda Santanna. Per conoscere meglio l'attuale situazione di mercato e le prospettive del Prosecco abbiamo rivolto alcune domande a Mauro Romor, responsabile commerciale di Santanna.

Quanto è vasta l'area vitata dove si produce Prosecco?

L'area Doc conta 19.700 ettari e comprende cinque province del Veneto (Treviso, Venezia, Vicenza, Padova, Belluno) e quattro del Friuli - Venezia Giulia (Gorizia, Pordenone, Trieste e Udine). L'area Doc nel 2012 ha prodotto 233 milioni di bottiglie, delle quali il 40% destinato al mercato italiano e il restante 60% all'estero. Le aree Docg contano invece 6.100 ettari e nel 2012 hanno espresso una produzione di circa 70 milioni di bottiglie, delle quali il 60% destinate all'Italia, mentre il restante 40% all'estero. Compreso all'interno della Valdobbiadene Docg troviamo il Cartizze, un'area di 106 ettari, da sempre considerata la più prestigiosa nel territorio del Prosecco Superiore.

Quali sono i principali motivi che possono spiegare il crescente successo di mercato del Prosecco?

Il Prosecco, un bianco spesso prodotto in versione spumante, ha avuto successo soprattutto grazie alla sua personalità e a



Mauro Romor, responsabile commerciale di Santanna

VIGNA AI SASSI C/O SANTANNA

Via Maniago 27
33080 San Quirino (Pn)
Tel. 043491122
Fax 0434 919393
vignaisassi@email.it
www.santannacatering.it

un carattere leggero ma mai banale, capace di esprimere grande finezza e piacevolezza al naso e al palato. Il tutto con una gradazione alcolica relativamente bassa, che solitamente si aggira attorno all'11%. Queste caratteristiche si devono all'uva Glera, con la quale si produce il Prosecco: uno dei pochi vitigni dai quali si ottiene naturalmente un vino a bassa gradazione alcolica, che conferisce tipici profumi di fiori bianchi freschi, come l'acacia, e sentori di frutta appena raccolta, come pesca, pera, albicocca, mela, e talvolta anche richiami alla mandorla, soprattutto nel retrogusto. Dagli anni '50 ad oggi il Prosecco ha conosciuto un successo sempre più globale, diventando un protagonista del mercato mondiale. Lo testimonia il fatto che oggi, nell'immaginario del consumatore straniero, il termine "Prosecco" è spesso sinonimo di "Spumante", sovente assieme ai termini "Champagne", "Cava" e "Sparkling".

Quali caratteristiche contraddistinguono la gamma di Prosecco commercializzata

da Santanna a marchio Vigna ai Sassi?

Le prime bottiglie di Prosecco Vigna ai Sassi risalgono al 1987. Da allora i numeri sono cresciuti e oggi l'azienda è arrivata a distribuire circa 40.000 bottiglie all'anno.

Nel 2010 inoltre, è stata completamente rivista l'immagine grafica delle etichette, che sono diventate ancora più eleganti e moderne.

Il Prosecco Vigna ai Sassi proviene da viti coltivate solo sul versante più soleggiato delle colline di Valdobbiadene da viticoltori esperti e appassionati. Questo processo garantisce un risultato di assoluta qualità: il profumo, l'armonia e la nobiltà del Prosecco Docg, declinato nelle tre versioni Brut, Extra Dry e Dry, rappresenta davvero l'espressione più raffinata della passione e dell'esperienza di Santanna.

Vigna ai Sassi
Valdobbiadene
Prosecco Superiore
Docg Brut. Vino dal colore
giallo paglierino, con perlage
minuto e persistente. È secco,
fresco e snello, morbido e
ben equilibrato, con buona
persistenza aromatica e finale
piacevolmente fruttato. È il
classico vino da aperitivo che
ben si adatta ad antipasti di
pesce, crostacei e molluschi.



Vigna ai Sassi
Valdobbiadene
Prosecco Superiore
Docg Extra Dry. Vino dal colore
giallo paglierino
tenuo, con perlage minuto
e incessante. È fresco,
piacevolmente snello e leggero
di alcool, equilibrato, con buona
persistenza e finale fruttato. È un
vino molto versatile, può aprire e
chiudere un pranzo e rallegrare
ogni ora della giornata.



Vigna ai Sassi
Valdobbiadene Prosecco
Superiore Docg Dry. Vino dal colore
giallo paglierino
tenuo, con una persistente
coroncina di sottile perlage. È
abboccato, fresco, ben modellato
e rotondo. Ha piacevole armonia
e buona persistenza aromatica,
con finale leggermente fruttato.
È adatto ad accompagnare la
pasticceria moderatamente
zuccherata e crostate di frutta.



Dopo pasto per l'estate

Sei proposte per un dopo cena 'rinfrescante' quando le temperature si fanno piuttosto elevate. *Da gustare rigorosamente ghiacciate*

CAMPARI JÄGERMEISTER

Jägermeister è un liquore di origine tedesca che nasce dall'infusione di 56 varietà di pregiate erbe, radici, frutti e spezie provenienti da tutto il mondo. L'azienda fondata nel 1848, custodisce tuttora il segreto della sua ricetta che lo ha reso famoso in tutto il mondo. Il modo migliore per gustare Jägermeister è ghiacciato in bicchierini shot. Caratterizzato da una personalità decisa e da un sapore unico, Jägermeister è l'after dinner perfetto per le serate con gli amici. Jägermeister è distribuito dal Gruppo Campari dal 1994.



ZEDDA PIRAS MIRTO DI SARDEGNA

Distribuito da Campari, il Mirto Zedda Piras è il classico liquore derivato dalla tradizione popolare delle famiglie rurali della Sardegna. Il colore rosso rubino presenta timbri inizialmente violacei che tendono nel tempo ad attenuarsi verso tonalità più calde, a testimonianza della naturale evoluzione delle sostanze coloranti genuine delle bacche del mirto. L'aroma ampio e caratteristico richiama con grande immediatezza il profumo della Sardegna, della quale il mirto è una presenza fondamentale.



LUCANO AMARO LUCANO

Amaro Lucano è uno storico amaro prodotto a Pistocci fin dal 1894. Nato nel retrobottega dell'allora biscottificio Vena, Amaro Lucano si compone di oltre 30 erbe officinali sapientemente dosate, tra cui l'assenzio, l'angelica, il sambuco e la genziana. Ha un gusto deciso, ideale per tutte le occasioni. Si può assaporare liscio, freddo, con ghiaccio o con una scorza di arancia. Ottimo come base per cocktails.



MOLINARI LIMONCELLO DI CAPRI

Il Limoncello di Capri è prodotto con metodo artigianale, nel rispetto delle tradizioni e dei sapori dell'isola di Capri e della famiglia Canale, che da decenni si occupa della sua produzione. È ottenuto esclusivamente dall'infusione in alcool delle bucce di limone "ovale di Sorrento" IGP, straordinariamente ricco di olii essenziali che danno corpo e aroma al prodotto. Senza aggiunta di coloranti, conservanti e aromi, Limoncello di Capri è 100% naturale. Servito liscio, a 4°, è l'ideale dopo pasto, ma può anche diventare l'ingrediente di un cocktail rinfrescante a base di prosecco.

E se la serata va per le lunghe...

Perché non proporre un cocktail inaspettato? Ecco due suggerimenti particolarmente adatti alla clientela femminile



Missy Flynn, esperta di mixology di fama mondiale ideatrice del cocktail a base di Baileys

BAILEYS COCOA BLOSSOM

INGREDIENTI

35ml di Baileys® aroma Biscotti
20ml di Ketel One® Vodka
½ cucchiaino di polvere di cocco
5ml di panna liquida

PREPARAZIONE

Shakerare gli ingredienti e versarli in una coppa martini ghiacciata. Coprire la superficie con cioccolato fondente a scaglie e decorare con buccia d'arancia.



SEDUZIONE

INGREDIENTI

Una fetta di ananas
1,5 cl di Pink Berry
1 cl di succo di lime o limone
ghiaccio

PREPARAZIONE

In un frullatore mescolare ananas, lime e Pink Berry.
Aggiungere ghiaccio e frullare ancora brevemente. Versare in un bicchiere hurricane, rifinire con un cucchiaino di Pink Berry in sospensione.



DIAGEO BAILEYS

È la celebre crema whisky irlandese distribuita da Diageo che detiene il 78,2% del mercato globale delle creme whisky. Baileys Original Irish Cream è una combinazione perfetta, nata dall'unione di panna, whisky irlandese, raffinati contributi alcolici e profumi naturali. La recente rivisitazione della storica bottiglia presenta linee più sinuose e slanciate che le conferiscono un'immagine più elegante e sofisticata. Una silhouette volutamente pensata per un pubblico femminile al quale il brand vuole tornare a rivolgersi.



RONER PINK BERRY

Fiori di sambuco, lamponi, limone, mela verde, albicocca, mirtilli e fragole di bosco sono solo alcuni dei frutti che nelle mani dei mastri distillatori Roner sono diventate vere e proprie opere d'arte. Liquori dolci e fruttati da gustare da soli per un perfetto dopo cena ma anche come cocktail per ogni occasione.

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 Gomasca 02 4997 6523
fabrizio.gomasca@fieramilanomediamedia.it

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

David Migliori 02.4997.6556
david.migliori@fieramilanomediamedia.it

Progetto Grafico Luca Ballirò

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

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

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

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

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

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

Segreteria
Elena Cotos 02 4997 6553
elena.cotos@fieramilanomediamedia.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

The Knorr logo is displayed in its characteristic red script on a white ribbon with green and yellow borders, set against a green background.

“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.*