

Quality

MAGAZINE

IN DISPENSA

**Grana Padano,
Dop eccellente**

IN SALA

**Soluzioni
contro
il rumore**

PRIMO PIANO

**Il business
del ristorante
si fa in sala**

IN CUCINA

**Freschi:
qualità
da conservare**

IN TAVOLA

Amaro italiano

i Consigli di

McCain

SPECIALE PIZZERIA:

Aggiungi valore alla tua offerta!



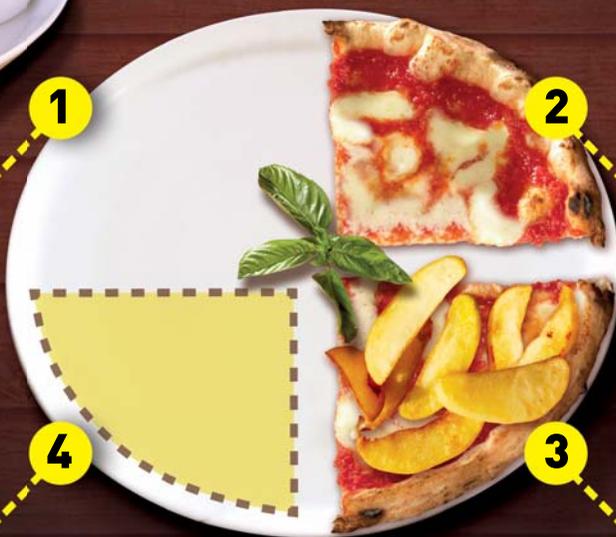
1 In attesa della pizza



2 Insieme alla pizza



4 e... molto di più!!!



3 Sopra alla pizza

Più occasioni di consumo... Più profitti!

Vorresti risollevare i tuoi guadagni? Aumentare le presenze nel tuo locale? Hai bisogno di rinnovare il tuo menu in modo intelligente?

Per te tanti suggerimenti, soluzioni di offerta e consulenza diretta per dare una marcia al tuo business!

Scopri come, richiedi la **Guida McCain dedicata alle pizzerie.**

Chiama lo **035 4526136**

o invia una richiesta a: infofoodservice@mccain.it

Prodotti suggeriti

1. Mix Appetizer
2. Fry'n' dip
3. Wedgehouse
4. Idea! ...

McCain Alimentari (Italia) Srl

www.mccainfoodservice.it - infofoodservice@mccain.it



EDITORIALE

UN ANNO DI BUONE IDEE



Francesca Pulitanò
direttore responsabile
Quality Magazine

Un anno nuovo è appena cominciato, ed ecco il nostro primo numero del 2014. Innanzi tutto, gli auguri, che ritengo giusto mantenere nei limiti della sobrietà. Chiunque svolga un'attività imprenditoriale non può non augurarsi una ripresa economica rapida, dalla quale rinasca la voglia di osare, di consumare, di guadagnarsi una nuova stabilità, di farsi, insomma, attori di una rinascita basata sull'entusiasmo e sulla fiducia nel futuro. Se sembra troppo... proviamo con qualcosa alla nostra portata, ed il suggerimento è quello di puntare sulle persone, le cui qualità talvolta possono fare la differenza. Da qui l'idea di dedicare ampio spazio a una delle figure cruciali della ristorazione, cioè quella del cameriere, sulla quale infatti abbiamo modellato un ampio approfondimento, che spazia dai profili più strettamente connessi all'attività in sala a quelli tecnico-giuridici riguardanti il contratto di lavoro.

Sul versante più propriamente legato al cibo, ancora una volta l'attenzione si appunta su sapori peculiari alla nostra cultura: due per tutti, il Grana Padano e l'aceto balsamico. Apparentemente, cibi senza segreti, per chi è abituato a vederli nella dispensa e sulla propria tavola. Semplici condimenti? Esaltatori di sapore o elementi in più così invadenti da coprire il gusto originario della pietanza? Anche qui, sovrano è il gradimento... quello che è certo è che la versatilità rappresenta un carattere ad essi comune, e non deve stupire che la capacità dello chef possa trasformarli in vere e proprie portate dotate di individualità ed autonomia. Ad ogni modo, se c'è ancora qualche segreto da scoprire, lo troverete svelato nelle pagine che avete davanti. Siediamoci ora al tavolo del ristorante ed ascoltiamo: l'impatto sarà molto diverso a seconda del luogo in cui ci troviamo. Si afferma – e forse non è un soltanto un luogo comune – che in Italia il brusio delle voci degli avventori sia parecchio più alto di volume rispetto a quanto accade in altre parti del mondo. Talvolta, a onor del vero, capita di criticare un locale proprio perché troppo rumoroso. La soluzione può essere duplice: o cambiare il nostro modo di essere oppure trovare il sistema più idoneo per attutire il rumore in sala. Noi abbiamo provato a cimentarci su questo secondo fronte e vi presentiamo qui i risultati della nostra indagine. Ma, come ormai sapete, il nostro angolo visuale si estende ben oltre il servizio in sala, arrivando a curiosare nelle 'centrali operative' dei ristoranti, nel cuore, cioè, dell'attività, là dove si gioca il successo dell'esercizio: la cucina, ovviamente. E la cucina è il luogo in cui si perfeziona la combinazione tra la qualità delle materie prime utilizzate e l'abilità degli chef.

Regola numero uno: servire pietanze fresche. E perché questo si verifichi, occorre che sia ottimale anche la tecnica di conservazione. Nelle cucine domestiche e, a maggior ragione, in quelle professionali, gioca un ruolo fondamentale il frigorifero, il cui corretto funzionamento rappresenta una condizione essenziale per la riuscita di tutto il servizio: a questo elettrodomestico abbiamo riservato la sezione 'In cucina', con particolare riguardo ai modelli a basso consumo, per una ottimizzazione dei costi dalla parte del ristoratore.

Festeggiamo, dunque, l'arrivo del 2014 con una girandola di buone idee, semplici suggerimenti per far fruttare al meglio le potenzialità di ogni segmento della ristorazione, ottenendo l'equilibrio perfetto tra la massima efficienza e il contenimento dei costi. Brindiamo ai nuovi progetti con uno dei grandi classici tra i vini, il Nebbiolo, e concludiamo il pasto con un buon amaro italiano, così come si conclude, con le pagine dedicate ai due giganti della tavola appena nominati, il numero di questo bimestre. Buon anno a tutti!

Laboratorio Tortellini. Il nuovo pack con il senso pratico...

...che ti parla... con **l'etichetta a fascia** che sigilla il cartone a garanzia del prodotto e riporta, ben evidenti, tutte le informazioni più importanti: tempi e modalità di cottura, ingredienti e immagine del prodotto.



...che ti ascolta.

Con **SURGIPACK**, studiato per rispondere alla tua esigenza di praticità, velocità e qualità in cucina. Surgipack infatti è il sacchetto

dotato di un esclusivo e praticissimo sistema apri-chiudi che ti facilita il lavoro e mantiene intatta la fragranza della pasta. Lo distinguerai a colpo d'occhio nel tuo freezer.





IL PUNTO DEL
PRESIDENTE

COOPERATIVA PIÙ FORTE, CLIENTI PIÙ PROTETTI



Italo Nebiolo
presidente Cooperativa
Italiana Catering

L'

anno nuovo è cominciato portando con sé qualche buona notizia. Secondo tutti gli indicatori economici la recessione è terminata e il motore della ripresa ha ricominciato a girare. Ai minimi, è vero, ma ora si può vedere la luce in fondo al tunnel. E questo è di gran conforto. La notizia meno positiva è che gli effetti sull'economia e sulla società non saranno immediati. In particolare per avere dei benefici sul mercato del lavoro - leggi disoccupazione - e sui consumi dovremo attendere il 2016. Che detto così significa ancora due anni di sofferenza.

Se consideriamo che il Pil annualizzato rispetto al 2007 è sceso del 9% e che molti consumi sono arretrati considerevolmente, possiamo farci un'idea del duro lavoro che ci attende. Nel nostro settore specifico, quello della ristorazione, nel 2012 hanno cessato l'attività 23.000 locali tra bar e ristoranti, con un saldo negativo di 7.000 locali, visto che 16.000 sono stati quelli che hanno aperto. E niente fa supporre che nel 2013 i dati finali saranno migliori. Questo significa che il mercato sta cambiando, che gli operatori marginali stanno uscendo e che ne stanno entrando di nuovi.

Per la nostra Cooperativa il 2013 è stato un anno alla fine positivo. L'azione di selezione e di qualificazione dei prodotti sul lato dell'offerta e di vicinanza e sostegno nei confronti dei nostri clienti (ma anche di accurata selezione) sul lato delle relazioni ci ha consentito di guadagnare quote di mercato a scapito di certa concorrenza, costretta a cessare l'attività. Così come una corretta gestione dei flussi finanziari ci ha permesso di passare indenni attraverso la forte turbolenza di questi anni di crisi, con la consapevolezza che ogni intervento migliorativo che facciamo ha una ricaduta positiva sui nostri clienti, che in Cic possono trovare continuità di servizio e di condizioni.

L'organismo cooperativo che abbiamo costruito insieme in questi lunghi anni di lavoro è un'entità viva e in costante evoluzione. La dinamica dell'impresa cooperativa fa in modo che ciascun socio dia il proprio contributo e ottenga dei benefici, non secondo una logica cliente-fornitore, ma in quanto parte integrante della cooperativa, che deve funzionare come unicum orientato ad obiettivi comuni a tutti i soci. Obiettivi comuni che, come ho detto in altre occasioni, sono quelli di trasferire valore ai nostri clienti ristoratori, perché possano operare con la tranquillità di avere dei partner fornitori alle spalle che condividono la stessa passione per il lavoro e sono in grado di sostenerli in ogni momento.

La Cooperativa
è viva e in
evoluzione, con
obiettivi comuni
a tutti i soci.
Per primo, il
sostegno ai
nostri clienti



Monocultivar



CREATORI DI SAPORE



L'Olio Extravergine di Oliva in purezza

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



Consigliato
dall'Associazione
Professionale
Cuochi Italiani





16



22



28



38

Qualitaly

MAGAZINE

n.79 febbraio-marzo 2014

01 editoriale

03 il punto del presidente

06 Meeting Cic: novità di primavera - Per gli italiani l'espresso è OK, ma non al ristorante - Effetto Expo 2015 sull'occupazione - Illegalità e abusivismo, il volto oscuro della concorrenza sleale - Il successo in pizzeria con McCain - Logistica condivisa per crescere insieme

PRIMO PIANO

10 La sala, braccio operativo del ristorante

13 Piperò al Rex, un'alchimia ben riuscita

14 Quando il cameriere è venditore

IN DISPENSA

16 Grana Padano, Dop eccellente

18 Mini dizionario del Grana Padano Dop: da Consorzio a tracciabilità

20 La ricetta degli chef Apici

22 L'aceto che accarezza il palato

25 La ricetta degli chef Apici

26 La dispensa Qualitaly

IN CUCINA

28 Freschi: qualità da conservare

31 Lo chef: «Primo, rispettare i cibi»

32 Senza glutine, attenti alle contaminazioni

33 Le norme da seguire in cucina

34 Le norme da seguire in sala

35 La ricetta di Gregori

IN SALA

38 Soluzioni contro il rumore

IN TAVOLA

42 Nebbiolo senza confini

46 Amaro italiano



10

MEETING CIC, NOVITÀ DI PRIMAVERA

Il periodico meeting commerciale della Cooperativa Italiana Catering si è svolto nei primi giorni di febbraio confermando i risultati di chiusura 2013 migliorativi rispetto al 2012, pur in un anno di forte sofferenza del mercato.

Diverse le novità che presto saranno a disposizione della clientela. In particolare si tratta di nuovi formati di farina per pizza a marchio Quality, un nuovo formato da 1 litro in Pet dell'aceto di vino bianco e rosso a marchio Tavola Viva in sostituzione del vetro, nuovi sviluppi relativi ai latticini. L'occasione è stata anche utile per presentare l'ampia gamma di tagli di carne ovina per le ricorrenze pasquali. Ma non di soli prodotti si è parlato.

Nell'ambito del settore dei



A sinistra la sala dove si è svolto il meeting Cic e, sotto, il presidente Italo Nebiolo (a sinistra) con il vicepresidente Salvatore Zanobi



prodotti secchi è stata messa a punto una nuova modalità di approvvigionamento che consente di avere un maggiore controllo sulla qualità del prodotto e di ridurre la supply chain, razionalizzando conseguentemente i costi. Nel settore dei prodotti a temperatura negativa si è

ribadita, sempre per motivi di miglioramento della catena di fornitura, la necessità di rispettare il piano di prenotazione degli acquisti.

In chiusura dell'incontro il vicepresidente Salvatore Zanobi ha manifestato, in vista del prossimo rinnovo delle cariche sociali, la decisione di

non ricandidarsi per favorire il turnover con i consiglieri più giovani, meritandosi un caloroso applauso da tutti i presenti.

Per gli italiani l'espresso è OK, ma non al ristorante

Una recente indagine sulle scelte, le abitudini e il profilo del consumatore di caffè, svolta da ApertaMente per conto dell'Istituto Nazionale Espresso Italiano e dell'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè, ha evidenziato che la totalità dei consumatori promuove il caffè al bar, anche se in termini di giudizio gli intervistati sono scarsamente in grado di valutare la qualità del caffè.

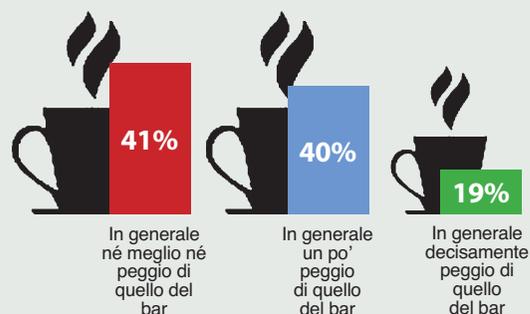
C'è una leggera predominanza di chi parla di un miglioramento rispetto a chi segnala un peggioramento dell'espresso al bar, ma il 74% non si sbilancia alla

domanda se quello che beve attualmente sia più o meno buono rispetto al passato.

Una nota dolente riguarda la considerazione del caffè bevuto al ristorante. Quasi il 60% ritiene che quello al ristorante sia peggiore di quello consumato al bar (il 40% "un po' peggio", il 19% "decisamente peggio"). C'è ancora molto lavoro da fare, quindi, visto che gli esperti concordano sul fatto che il caffè debba essere meglio considerato dai ristoranti, visto che è "l'ultimo ricordo del pasto consumato al ristorante che un cliente porta con sé". E se è un cattivo ricordo...

IL CAFFÈ DEL RISTORANTE RISPETTO A QUELLO DEL BAR

Totale campione, N=180



Fonte: ApertaMente per Inei e Iiac

Effetto Expo 2015 sull'occupazione

Secundo una ricerca Sda Bocconi promossa dalla Camera di Commercio di Milano, l'Expo creerà 191 mila posti di lavoro, di cui 102.500 in provincia di Milano, 26.600 nel resto della Lombardia e circa 62 mila in altre aree

del Paese. Nell'intero orizzonte 2012-2020 la maggiore occupazione sarà nel turismo e nella ristorazione (39.400 unità). Seguono i servizi alle imprese (33.800 unità) e l'industria (28.700 unità). Nella fase pre-

paratoria all'evento è il settore edile ad assorbire la maggior parte dei posti di lavoro (12.500 unità). Ma durante lo svolgimento dell'Expo le maggiori ricadute occupazionali si avranno proprio su turismo e ristorazione.



Illegalità e abusivismo, il volto oscuro della concorrenza sleale

Il fenomeno dell'illegalità e della contraffazione nel commercio e nella somministrazione penalizza gli operatori in regola, sottraendo circa 17,2 miliardi di euro all'economia pulita. Il tema è stato al centro di un incontro organizzato da Confcommercio alla presenza del ministro dell'Interno Angelino Alfano, che ha proposto l'istituzione

di una task force composta da Ministero dell'Interno, forze di polizia e Confcommercio accompagnata dalla sottoscrizione di un protocollo quadro in cui inserire protocolli di settore e di territorio.

Nello specifico della ristorazione, secondo il Centro Studi Fipe, la concorrenza sleale costa ai soli bar e ristoranti 5,2 miliardi di euro e mette in discus-

sione la sopravvivenza di oltre 27 mila imprese di settore. Il valore maggiore del mercato abusivo viene realizzato dalla somministrazione di alimenti e bevande effettuata nei 25 mila circoli sportivi e culturali per un importo pari a 2,7 miliardi di euro.

Seguono a ruota i falsi agriturismi per un valore di 1,6 miliardi di euro. A queste cifre va

aggiunto il mezzo miliardo di euro generato dalla ristorazione delle oltre 27 mila pseudo sagre che ogni anno si svolgono nel nostro Paese con un ammanco erariale pari a due miliardi di euro.

In Italia quattro imprese su cinque (l'82,4%) si ritengono danneggiate dagli effetti dell'illegalità e dai meccanismi commerciali fuori dalle regole, fenomeni che sono più accentuati nel Centro e nel Sud Italia, rileva una indagine realizzata da Confcommercio in collaborazione con Format.

Il successo in pizzeria con McCain

Pizza e birra: il più classico dei piatti preferiti degli italiani oggi può essere ripensato per dare maggior peso allo scontrino e arricchire l'offerta. I suggerimenti arrivano da McCain, il leader nel settore della patata surgelata, che ha individuato alcune opportunità partendo dall'analisi del mondo della pizzeria, delle tendenze nei fuori casa e delle occasioni di consumo.

Appetizer per cominciare. Se il locale è affollato e i tempi di attesa della pizza sono lunghi, la mossa vincente è intrattenere gli ospiti proponendo invitanti sfizi da assaggiare: anelli di peperone o cipolle, bocconcini ai broccoli, bastoncini di mozzarella e tanti altri gustosi prodotti da scegliere nell'assortimento McCain. Con la giusta presentazio-

ne, in porzioni da condividere, si trova il corretto equilibrio tra soddisfazione dei clienti e maggiore redditività per il locale.

Menu promozionali. L'abbinamento pizza+patatine può essere la soluzione adatta a controbilanciare i giorni di minore affluenza, con promozioni accattivanti e economicamente vantaggiose. La scelta della patatina giusta gioca un ruolo importante: McCain garantisce importanti vantaggi di resa al piatto e, grazie alla ricca varietà di tagli e forme, è possibile creare porzioni ricche e invitanti tenendo sotto controllo i costi.

Offerta distintiva, ricette uniche. Le pizze tradizionali, le specialità della casa, le ricche, le "patatose": segmentare l'offerta può aiutare il cliente a sce-



gliere e al tempo stesso permette di mettere in risalto proposte a più alta marginalità.

La copia di *Le guida McCain per le pizzerie* in formato elettronico può essere richiesta a infofoodservice@mccain.it



L'esterno della nuova sede. Sotto, lo staff al completo all'interno del magazzino

Fare parte di CIC significa ben più che avere la possibilità di spuntare prezzi migliori in fase di acquisto, significa creare rapporti - personali, prima ancora che professionali - che possono contribuire allo sviluppo reciproco, trovare sinergie, condividere competenze. Ne è un esempio il recente accordo stretto tra Siquir, uno dei soci fondatori di Cooperativa Italiana Catering e C.D.C. - Centro Distribuzione Collettività, associata più recentemente, ma che ha saputo fare subito tesoro dello spirito di coesione che c'è tra gli associati.

Con l'inizio dell'anno, infatti, le due società hanno avviato una collaborazione in base alla quale CDC e Siquir hanno demandato la gestione logistica della parte che riguarda l'alimentare della propria attività a una Cooperativa di servizi da loro costituita (mentre C.D.C. continua a occuparsi direttamente della detergenza).

«Non si è trattato - spiega Nicola Levorato di Siquir - di un accordo stipulato dal nulla, ma del punto di arrivo di un processo lungo e molto graduale,



Logistica condivisa, per crescere insieme

Siquir e CDC hanno stipulato un accordo di collaborazione, innovativa sia per il contenuto sia per le modalità in cui si realizzerà, basata sull'ottimizzazione della distribuzione dei prodotti food

che ha cominciato a concretizzarsi quando, alla fine del 2012, abbiamo deciso il cambio di sede. Credo che la novità interessante sia il contributo alle spese, in funzione dei fatturati delle due aziende.

«Le risorse umane, l'esperienza e la collaborazione - commen-

ta Enrico Miola, amministratore di C.D.C. - ci hanno messo in grado di coprire quasi tutti i settori del nostro mercato e vasti territori limitrofi, grazie a una logistica ben organizzata. C'è ancora da migliorare e questo fa piacere a tutti noi. Ecco perché abbiamo deciso di cre-

are questa sinergia con Siquir. Perché mettersi in discussione, affrontare i mercati assieme, condividere le esperienze, offrire il proprio contributo, significa dare non solo maggiore capacità alle proprie aziende ma proporre al mercato un'educazione collaborativa».

Sono diversi i fattori che hanno agevolato questo accordo, anzitutto un'intesa personale tra i dirigenti delle due aziende, poi la vicinanza territoriale: Siquir opera nelle province di Padova e Venezia, C.D.C. in quelle di Vicenza e Verona. La distanza tra le due aree è piccola, ma sufficiente perché le due aziende non siano concorrenti. Infine le due aziende hanno core business differenti e complementari e, di conseguenza, competenze da condividere: Siquir, specializzata nell'alimentare, ha allargato la propria offerta alla detergenza; C.D.C., più esperta nella gestione dei prodotti di pulizia, solo in un secondo momento si è affacciata al mondo del food. Da un punto di vista pratico, per migliorare la gestione degli ordini, i sistemi informatici

SIQUR: GUARDARE AVANTI PER ANTICIPARE IL MERCATO

Siquir è l'esempio di come essere un'azienda familiare non sia sinonimo di immobilismo e di incapacità di adeguarsi al mercato. Lo ha dimostrato come socio fondatore di CIC, poi allargando la propria offerta dalla fornitura dei prodotti alimentari a quelli per la detergenza e a servizi complementari, come quelli di manutenzione. La filosofia di Siquir coniuga le "anime" incarnate dall'approccio dei due fratelli Levorato, che la dirigono: tradizione e concretezza (proprie di Nicola) e innovazione, tipica di Lucio.

Da questo equilibrio è scaturita la decisione, presa alla fine del 2012, di cambiare la sede e di realizzare un nuovo magazzino semi automatizzato, capace di gestire volumi superiori di merce, senza aumentare il personale. «Il picking è più veloce – spiega Nicola Levorato, presidente di Siquir - perché informatizzato. Ogni prodotto, contrassegnato da un codice a barre, ha un proprio spazio assegnato anche in funzione del giro di consegne. Ci siamo dotati di muletti con operatori a bordo. Tutto ciò ha velocizzato le operazioni di magazzino». Nella nuova sede è presente anche una cucina moderna attrezzata, utilizzata sia per le degustazioni con i clienti, che per il servizio ristorazione per i collaboratori. «Con loro, sia gli interni, che il personale di vendita è da condividere il nostro successo. Nonostante il lavoro logistico sia duro, c'è scarso turn-over: molti addetti sono con noi anche da 20 anni».



Nicola e Lucio Levorato con le rispettive consorti

Siquir spa

Sede legale

Via Gorizia 1, Vigonza (PD)

Sede operativa: Via Visco 7, Limena (PD)

Tel 049/504357 – 60

Fax 049/9801457

Pec siquir@legalmail.it

Fatturato: 10.000.000 €

Addetti: 25 + 5 commerciali

Zona servita: Padova, Venezia

C.D.C. RICERCA DEL NUOVO PER CREARE QUALITÀ

«Iniziare a comunicare la propria avventura dopo 28 anni di attività – racconta Enrico Miola, titolare di C.D.C. - crea sempre emozione. Sono stati anni duri ed incerti. Si doveva fare esperienza, che spesso si pagava con alti valori. Eravamo in pochi all'inizio, oggi l'organico è di 23 addetti. Abbiamo iniziato la nostra avventura distribuendo sul territorio del Vicentino prodotti per la pulizia e l'igiene nel settore della ristorazione. Oggi, grazie anche a We Italia, ci siamo inseriti nei settori delle comunità, delle imprese di pulizia e dell'industria, abbiamo creato un reparto tecnico nei settori cucina e un reparto macchine per la pulizia dei pavimenti. Associati poi a CIC abbiamo iniziato a distribuire prodotti alimentari.

La ricerca dell'ottimizzazione e di quel nuovo che possa creare qualità, ci induce sempre a guardare avanti. Questo significa portare sul mercato non solo prodotti, ma nuove idee, nuove strategie, comunicazioni che possano dare fiducia al mercato e questo comporta valore, non solo a noi stessi rivenditori, ma al cliente, al suo cliente, al nostro fornitore, ai nostri collaboratori».



Enrico Miola, titolare di C.D.C. - Centro Distribuzione Collettività



Gianluca Miola, C.D.C. - Centro Distribuzione Collettività

C.D.C. snc

Sede legale

Sovizzo (VI)

Telefono: 0444.551900

Fax : 0444.551703

Fatturato: 4.900.000 €

Addetti: 23

Mail: info@cdc-group.it

Zona servita:

Vicenza e Verona

delle due società sono collegati, in modo che ogni ordine ricevuto dagli agenti C.D.C. venga immediatamente trasferito alla sede di Siquir, che si attiva per la consegna.

I vantaggi sono numerosi: per Siquir, che ha sostenuto le spese di organizzazione del magazzino, c'è la possibilità di condividere le spese fisse (personale compreso) e variabili legate allo stoccaggio e al trasporto della merce; per C.D.C. l'opportunità di gestire il food rispettando i relativi adempimenti con maggiore tranquillità, proponendo alla clientela un'offerta molto più ricca di quella precedente all'accordo. Inoltre avrà i mezzi per sviluppare il settore alimentare, dandone gestione a Gianluca Miola che contribuirà a sviluppare questa idea.

La sala, braccio operativo del ristorante

Se la cucina è la mente, è in sala che si fa il business del locale. E il maître deve recuperare un ruolo di riferimento per intessere rapporti empatici con il cliente.

DI PIETRO CINTI

Cucina e sala, due facce della stessa medaglia. Due ingredienti che devono risultare in equilibrio tra loro, due strumenti per il successo del ristorante, che devono essere accordati, suonare rispettando le reciproche differenze ma dando un contributo peculiare al raggiungimento del comune obiettivo: il soddisfacimento del cliente.

Ma in tempi di "chef superstar", di uomini che da soli riescono a incarnare tutti i fattori di successo di un locale, dell'ascesa dell'importanza dell'istrione che si muove tra i fornelli, quasi un detentore della formula magica e irripetibile, la sala ha perduto il suo smalto, è scesa nell'attenzione, si è ridotta a mero palcoscenico sul quale il vulcanico cuoco può dispiegare tutta la sua arte, la sua personalità e, perché no?, a volte la sua sicumera. Senza scendere negli eccessi catodici, con cuochi che, spesso in virtù del loro bel faccino o di una doppia dose di presunzione, si impongono come guru messianici, anche nella ristorazione che si rivolge a un target medio, è sempre più spesso lo chef a occupare la scena, a essere citato, a essere reclamato dai clienti. Nessuna parola sul servizio di sala.

LAVORO IN SINTONIA. Eppure, rimanendo in ambito televisivo, nella versione italiana del format Hell's Kitchen interpretato in Uk da Gordon Ramsey, qui da noi chiamato Cucine da Incubo e interpretato dallo chef Antonio Cannavacciuolo, sguardo, barba e corpulenza da Bud Spencer, uno dei fattori di insuccesso di un ristorante è proprio l'incomunicabilità tra cucina e sala. Entrambi convinti di svolgere al meglio il proprio lavoro, entrambi sicuri di doverlo fare "in opposizione" all'altro, con risultati tragicomici che si possono ben immaginare, in parti-

l'incomunicabilità tra cucina e sala è quasi sempre responsabile dell'insuccesso del ristorante



Come avere una sala efficiente?

Sia che si tratti di ristoranti di alto livello, che della pizzeria sottocasa, sviluppare questi cinque punti può aiutare a migliorare il rapporto tra cucina e servizio ai tavoli

1 FORMAZIONE

No ai camerieri zombie, o ai camerieri runner, veloci ma incapaci di comunicare e vendere. Anche loro possono diventare strumenti di vendita

2 COINVOLGIMENTO

Briefing per definire strategie comuni tra cucina e sala, compreso l'assaggio dei piatti del giorno

3 FEEDBACK

Debriefing per mettere sul tavolo punti di forza e punti di debolezza nel rapporto tra sala e cucina e nei risultati

4 ANALISI

Dare una cornice più chiara dell'andamento del servizio

5 OBIETTIVI

Definire i punti da perseguire per superare insieme le difficoltà

colare durante il rush. Una situazione che, uscendo fuori dalla metafora televisiva, è più diffusa di quanto si creda e, spesso, ha un effetto tellurico sulla tenuta del ristorante, quando il cliente comincia ad avvertire i disagi dettati dal clima avvelenato.

«Eppure - spiega Mauro Santinato di Teamwork, società riminese specializzata nella consulenza a ristoranti e alberghi - in qualsiasi ristorante se la cucina è la mente, la sala è il braccio. Due elementi che devono lavorare in sintonia se vogliono ottenere il risultato sperato. Invece, troppo spesso, cucina e sala sono due mondi a sé, chiusi nel loro protagonismo e incapaci di provare empatia l'uno per le esigenze dell'altro. Credo, come sempre, che sia un problema di scarsa professionalità. Ribadisco un concetto che ritengo basilare: la ristorazione non è un business che si può improvvisare solo perché piace cucinare. Esige studio, attenzione, abnegazione. Solo in questo modo si possono cogliere risultati. E non sto parlando solo dei ristoranti di altissimo livello, ma anche di tutti quelli di fascia media».



Mauro Santinato di Teamwork

QUANTO PESA LA SALA? È una questione di percentuali. Per alcuni professionisti del settore, il merito del successo va ripartito in parti uguali tra sala e cucina, quindi il canonico fifty-fifty. Per altri, addirittura, la sala è più importante della cucina; è la brigata che crea l'atmosfera, che si interfaccia con il cliente, lo fa sentire accolto, raccoglie richieste e lamentele. «Le persone non vanno al ristorante per riempirsi la pancia - prosegue Santinato - ma per vivere un'esperienza gratificante sotto tutti i punti di vista. Non solo con le papille gustative. Anzi, se le persone vanno al ristorante con grandi aspettative



Un momento di formazione del personale di sala presso Alma, scuola internazionale di cucina

sulla qualità di quanto finirà sui loro tavoli, molta parte dell'attesa la dovranno passare in sala, che deve lavorare come un organismo perfetto con il compito di valorizzare i piatti. Per questo, ritengo che quello che c'è nel piatto rappresenti solo il 30-40% del successo di un locale; inoltre se la sala non è in grado di lavorare correttamente, anche il migliore chef possibile non riuscirebbe mai a risollevarne l'atmosfera compromessa». «La brigata di sala svolge un ruolo molto importante - dichiara **Ciro Fontanesi**, docente di Alma, il più autorevole centro di formazione della cucina italiana a livello internazionale - che influenza significativamente, nel bene o nel male, tutta l'attività ristorativa. Il personale che si muove in sala deve interpretare la filosofia del locale, deve incarnarla. Inoltre, in pochi attimi deve comprendere la psicologia del cliente, i suoi gusti, i punti sui quali fare leva per costruire un rapporto proattivo e quelli



Ciro Fontanesi, docente di Alma

da evitare. Inoltre, è la brigata di sala che deve dettare i tempi di uscita dei piatti e di servizio, elemento molto importante nella valutazione di un'esperienza al ristorante. Secondo i nostri riscontri, il pasto deve essere contenuto in uno spazio di tempo compreso tra l'ora e l'ora e mezza, evitando periodi morti troppo lunghi pur senza pressare i commensali».

MAÎTRE, CHEF DE RANG, sono figure ottocentesche che sembrano non trovare più posto nel ristorante d'oggi. Il taglio dei costi di gestione ha falciato queste professionalità, che rimangono vive solo nei locali di altissimo livello. In tutti gli altri è la passeggiata dello chef, che si reca personalmente presso i tavoli, il massimo grado di empatia che si possa trovare. Di certo, una parte della caduta in disgrazia del maître è determinata dall'atteggiamento del personale di sala stesso, a volte troppo compreso nel proprio ruolo e nelle proprie ampollosità per risultare

Negli Usa la sala conta

Un piatto preparato dallo chef non piace ai camerieri che si rifiutano di metterlo in menù. Fantascienza in Italia, normalità nei ristoranti a stelle e strisce, almeno in quelli di alto rango. «La brigata di sala - dichiara **Mauro Santinato** di Teamwork - dà un giudizio sui piatti che finiranno in menù e offre il suo punto di vista mediando la creatività dello chef con le richieste della clientela. Se un piatto non passa questo giudizio, non è inserito in carta».

veramente accogliente e capace di rispondere alle richieste del cliente d'oggi, forse più concreto e meno attento alle formule vuote, prive di contenuto e alle consuetudini tradizionali sempre meno comprensibili dai più.

Il maître oggi deve evolvere in una figura più moderna, che maneggi tecniche manageriali e conosca i rudimenti di tutte le funzioni aziendali e conosca il marketing.

«La figura del maître rimane molto importante - prosegue Fontanesi - soprattutto nella ristorazione di alta e altissima gamma. Non può quindi rimanere ancorata a schemi del passato, ma evolvere, in linea con i tempi. Oggi lo chef mostra una certa sovrapposizione, è al centro dell'attenzione: tuttavia molti cuochi, seppur di talento, non sono in grado per vari motivi di intessere un corretto rapporto con il cliente, che deve essere mediato da una figura di riferimento. Nei nostri corsi, prevediamo un'attività didattica di 60 ore riservata alle tematiche della sala (accoglienza, mise en place, rapporto con il cliente). La nostra idea è che occorra conoscere le basi classiche per riuscire a esprimere concetti di modernità».

SALA: DA COSTO A INVESTIMENTO «Eppure oggi - sottolinea Santinato - l'85% dei camerieri sono semplici portatori di piatti, privi di empatia, di orientamento al cliente, della capacità di vendere e di creare una suggestione. Si limitano a servire facendo meno danni possibili, magari sorridendo, magari essendo gentili ma tutto qua. Invece una sala ben formata è composta da professionisti che sanno svolgere bene il loro lavoro, sono in grado di cogliere da pochi dettagli la psicologia del cliente e, così, interpretano al meglio il servizio. Spesso, quando chiedo a un cameriere di descrivermi il piatto, aggiungo una domanda ulteriore, cioè se il cameriere stesso ha assaggiato la pietanza. Ebbene, il 95% degli interpellati mi risponde di no. Certo che se il cameriere non ha assaggiato il piatto, non è stato istruito dallo chef

IL RISTORANTE

Pipero al Rex, un'alchimia ben riuscita

Uno dei templi della moderna romanità a tavola, uno dei locali che sta portando avanti un serio lavoro di riedizione della tradizione è il ristorante Pipero al Rex che, senza alcuna scappatoia né facile concessione al cliente, si sta imponendo nel panorama ristorativo capitolino. Merito di Alessandro Pipero, uomo di sala e pivot del ristorante romano, uno dei pochi, o forse l'unico in Italia, a prendere il nome dal maître e non dallo chef.

«Quando ho aperto il ristorante a nome mio - spiega Pipero - molti mi prendevano per pazzo, mi dicevano che senza uno chef di grido avrei fallito: ebbene, in questi ultimi tre anni ho cambiato tre chef, ma il mio successo è andato crescendo; segnale, questo, che c'è qualcos'altro oltre alla cucina che fa propendere il cliente per un locale o per l'altro. Oggi il problema principale è la mancanza di identità. Molti ristoranti non sono in grado di crearne una, né in cucina, né in sala. Credo che, in un panorama piuttosto appiattito, chi è in grado di dare un'impronta chiara a quanto sta facendo ha successo. Certo è che, se non si hanno le giuste professionalità in sala e se non esiste un buon rapporto osmotico tra sala e cucina, questa magia alchimica risulta impossibile».

Pipero è un vero e proprio "animale da sala", che mette passione vera nel suo lavoro. «Svolgo uno dei lavori più belli del mondo - conclude - ogni sera mi faccio un viaggio tra i cinque continenti, ho la possibilità di confrontarmi con clienti di tante culture e di dare vita a un rapporto che arricchisce entrambi. Non cambierei mai quello che faccio con il mestiere di cuoco: per essere uomo di sala occorre avere competenze ampie e profonde, capacità di interagire con gli altri, rapidità e precisione».



Alessandro Pipero, uomo di sala e pivot del ristorante

in un briefing, non ha potuto dire la sua, non sentirà quella pietanza come propria e non riuscirà a comunicarla correttamente al cliente, con scarsi risultati di vendita. Una sala ben formata e strutturata - continua il consulente - non è un costo da affrontare, ma è un investimento. Avere camerieri professionali, capaci di prendere correttamente la comanda e che sappiano interpretare la psicologia del cliente, può fare lievitare

del 10% il fatturato del ristorante. Prendiamo, per esempio, i dessert: molti clienti vanno al ristorante per assaggiare dessert prelibati, ma giungono a questo momento del pasto già sazi. In questo caso la canonica domanda "volete altro?" è inefficace e i dessert rimangono in cucina. Molto meglio che il cameriere sappia fare una descrizione "emozionale", capace di solleticare il palato e il cuore dei commensali».

Quando il cameriere è venditore

DI FRANCESCA PULITANO

Dal racconto di un cameriere di Manhattan: “da un cameriere ci si aspetta che sia allergologo, sommelier, censore dell’abuso di cellulari, fotografo, confessore, intrattenitore, barman, medico d’urgenza, buttafuori, centralinista, barzellettiere, terapeuta, poliglotta, valvola di sfogo, sensitivo, maestro di bon tone e chef dilettante”. Un cameriere è colui che deve soddisfare richieste talvolta “ai limiti dell’assurdo”, mantenendo un certo distacco e il sorriso sulle labbra.

Un cameriere può essere la figura di riferimento per il cliente, che determina in una buona percentuale la decisione di andare in un locale piuttosto che in un altro. Mi siano consentiti due episodi personali: in un bar milanese dotato di una buona fama, vicino al quale abito e dove mi capita spesso di fermarmi per bere un caffè, in questi giorni uno dei camerieri è particolarmente nervoso e non ne fa mistero. Il risultato sono stoviglie sbattute sul bancone, parolacce borbottate a voce nemmeno troppo bassa e generica scortesia con gli avventori. Bene: mi è passata la voglia di quel caffè. Viceversa, in un ristorante dove non mi recavo da diversi anni, e nel quale sono recentemente tornata, ho avuto un’accoglienza talmente calda e affettuosa dal cameriere ‘di sempre’ che ho giurato a me stessa di tornare molte altre volte senza più lasciar passare troppo tempo.

Questo lungo preambolo serve ad introdurre una questione più spiccatamente tecnica: in quale modo un cameriere può essere giuridicamente – ed economicamente – coinvolto nella gestione, tanto da rivestire un ruolo più partecipe nella struttura dell’esercizio?

Pur non essendo assimilabile a una figura commerciale, il personale di sala è determinante per il buon andamento del business. Quali sono gli strumenti contrattuali a disposizione per incentivare e valorizzare il suo lavoro

Meglio ancora: è giuridicamente concepibile la figura del, per così dire, cameriere-venditore in senso tecnico?

A UNA PRIMA VALUTAZIONE strettamente giuridica, dovremmo affermare che il cameriere non può essere assimilato al venditore, da nessun punto di vista.

Egli, infatti, non trasferisce la proprietà di alcun bene: la sua attività consiste nell’effettuare una prestazione d’opera (più precisamente, di servizi) nell’ambito di un rapporto di lavoro subordinato. Per rapporto di lavoro subordinato si intende, nello specifico, un’attività che si distingue da quella del lavoratore autonomo a motivo della soggezione del lavoratore al potere direttivo (ad esempio, organizzativo e disciplinare) del datore di lavoro, con conseguente limitazione dell’autonomia del lavoratore e suo inserimento nell’altrui organizzazione produttiva. Tale rapporto può essere sia a tempo indeterminato, sia a tempo determinato, quando ricorrono determinate circostanze, come per esempio la stagionalità, purché sempre nei limiti della legge. In ogni caso, tale configurazione non sembra compatibile con l’idea di un cameriere-venditore autonomo di prodotti.

Sembra difficile inoltre pensare a un

cameriere al quale venga offerto un contratto da professionista a partita IVA, perché non ne ricorrono i presupposti (normalmente la partita IVA viene riservata, appunto, ai professionisti lavoratori autonomi, ai quali, come si è già detto, non pare che si possa in

il cameriere non trasferisce la proprietà di alcun bene

alcun modo assimilare il cameriere). Un’altra possibilità che si potrebbe prendere in considerazione è quella di un contratto a progetto, ma anche questa veste giuridica appare un po’ tirata, pensando alle caratteristiche dell’attività del cameriere, che appare non troppo conciliabile con l’idea di progetto posta alla base di quel tipo di contratto.

E allora? Premesso tutto ciò che si è detto, non si può negare che il modo



in cui il cameriere svolge il proprio lavoro rappresenti – insieme a quello del cuoco, degli altri camerieri, del direttore di sala, eccetera – un elemento di sviluppo dell'avviamento del locale, che come tale merita certamente di essere valorizzato.

QUALI STRUMENTI UTILIZZARE

a questo scopo? Una prima, notevole difficoltà consiste nello stabilire in quale misura l'attività del singolo soggetto incida sul successo del locale. Infatti, non è detto né accertabile che il cliente che torni lo faccia proprio grazie alla presenza di quel dato cameriere, e non, magari, per il livello della cucina o per un complesso di fattori attinenti al servizio in generale. Allo stesso modo, è assai improbabile pensare che un nuovo cliente sia indotto a frequentare un ristorante per la prima volta a motivo della presenza di un determinato cameriere (a meno che non sia un amico, ma si tratta evidentemente di casi-limita). Non è tutto: anche ammesso che il dato dell'apporto individuale possa essere in qualche modo acquisito, resterebbe da quantificare tale apporto in termini economici. Di fronte a tutte queste obiezioni, occorre trovare una via percorribile per predisporre un adeguato sistema di incentivazione.

Prima di tutto, al nostro cameriere-modello potrà essere offerto uno stipendio adeguato, che gli conferisca la necessaria soddisfazione professionale e lo

metta anche al riparo da più allettanti offerte della concorrenza.

Un altro sistema, semplice ma efficace, potrebbe essere quello di prevedere un incentivo in percentuale sui ricavi, eventualmente stabilendo un tetto di questi ultimi al raggiungimento del quale scatta il suddetto incentivo e, per altro verso, limitando l'incentivo ad una somma massima da indicarsi in valore assoluto, in modo che siano tutelate entrambe le parti dell' "affare". Ancora, si potrebbe legare l'incentivo al risultato dell'attività, prevedendo una percentuale correlata al margine operativo secondo i criteri sopra esposti. In tal caso, sarà necessario definire a priori le voci da considerare per delineare il margine operativo medesimo e le modalità di verifica per il cameriere. Un altro sistema efficace potrebbe essere quello di attribuire al cameriere una piccola partecipazione nella società, da mantenersi per il tempo in cui lavora presso di essa, ed attraverso la quale egli possa partecipare agli utili.

Attenzione, però, perché le società nel nostro ordinamento si dividono in società di persone e società di capitali, e soltanto la struttura di queste seconde è idonea allo scopo. La figura più adatta sembra essere quella della società a responsabilità limitata, nella quale si riscontra la flessibilità necessaria.

In questa ipotesi va tenuto presente che il cameriere potrebbe lasciare la società per andare da altri o per svolgere nuove

Prestatore di lavoro subordinato

(art. 2094 c.c.): è prestatore di lavoro subordinato chi si obbliga mediante retribuzione a collaborare nell'impresa, prestando il proprio lavoro intellettuale o manuale alle dipendenze e sotto la direzione dell'imprenditore.

Società a responsabilità limitata

(art. 2462 c.c.): società di capitali di dimensioni normalmente ridotte rispetto a quelle di una spa, dove le partecipazioni dei soci sono rappresentate da quote e non da azioni. Il patrimonio della società è completamente separato rispetto a quello dei soci.

attività: poiché non si può escludere l'eventualità di liti o contrasti, sarebbe opportuno riservare alla società la facoltà di riacquistare – l'ideale sarebbe in qualsiasi momento – la quota data al cameriere ad un prezzo pari al valore nominale (ad esempio, capitale sociale diviso 100 moltiplicato per la percentuale corrispondente alla quota). D'altro canto, nulla impedisce di legare a sé il cameriere con partecipazioni, seppure di minoranza, anche elevate.

È sempre consigliabile farsi assistere, nella definizione degli accordi, che potrebbero anche consistere in un mix delle soluzioni prospettate, da un professionista.

Insomma, se è vero che da un punto di vista squisitamente tecnico cameriere e venditore sono due figure diverse, è anche vero, come si è visto, che il diritto concede qualche possibilità di calibrare un rapporto giuridico che fotografi quello personale e che riconosca in modo più pieno la professionalità del cameriere.

Ad ogni modo, per dirla ancora con il nostro cameriere di Manhattan, la parte migliore del lavoro sono i "brandelli di umanità", che occorre saper gestire con la giusta discrezione, partecipazione e pazienza.

Grana Padano, Dop eccellente

*Un prodotto versatile,
conosciuto e apprezzato in
tutto il mondo, offre il meglio
di sé in tavola, ma anche
in cucina consente di dare
spazio alla creatività degli
chef. Grazie anche alle tre
varianti di stagionatura*

DI MARIELLA BONI

È un vanto della produzione agroalimentare italiana oltre ad essere il prodotto Dop più esportato nel mondo.

Il Grana Padano Dop è una delle eccellenze del made in Italy gastronomico, da secoli prodotto in un'area circoscritta a 32 province nel nord d'Italia.

Un formaggio di alta qualità che ancora oggi è ottenuto secondo un

metodo artigianale antico di secoli, seguendo però le più moderne regole stabilite da un rigoroso disciplinare che ne garantisce l'area di provenienza, la qualità, le modalità produttive e la stagionatura.

Proprio la stagionatura costituisce un importante elemento di differenziazione del prodotto e va incontro alle differenti esigenze gastronomiche e culinarie dei consumatori e dei professionisti della cucina.

Il Grana Padano infatti è commercializzato in tre differenti stagionature

QUELLO PIÙ GIOVANE matura da 9 a 16 mesi ed è ottimo da pasto per via del suo gusto delicato, che ricorda il latte; ha una pasta morbida di color paglierino chiaro e non presenta ancora la tipica struttura "a grana". Si tratta di una stagionatura ideale anche per realizzare gratin e salse, o utilizzarlo grattugiato o a scaglie

I numeri
del Grana
Padano Dop

4 milioni e 571
mila forme
PRODOTTE NEL 2013

+ 4%
EXPORT 2013 VS 2012

3 miliardi di euro
IL FATTURATO
AL CONSUMO 2013

147
I CASEIFICI PRODUTTORI

32 province
LA ZONA DI PRODUZIONE

su carpacci e insalate.

Il livello successivo è quello del Grana Padano con oltre 16 mesi di stagionatura. In queste forme la pasta prende un colore paglierino leggermente più intenso, che presenta già la tipica struttura granulosa e la frattura a scaglia; il sapore è più saporito, con un profumo che ricorda la frutta secca e il fieno e, pur essendo adatto alla grattugia o a un consumo da pasto, è molto indicato nella preparazione

di carne, verdure e frittate.

Infine il Grana Padano Riserva, che subisce una stagionatura di almeno 20 mesi; maturazione che conferisce al prodotto la definitiva struttura a scaglia, un sapore sempre più ricco e pieno, con aromi che ricordano il burro, il fieno e la frutta secca. Il Grana Padano Dop Riserva è indicato grattugiato e come formaggio da pasto, magari accompagnato da noci, frutta e mostarde.

DISPENSA QUALITALY



GRANA PADANO DOP GRATTUGIATO

È ottenuto dalla grattugia di forme selezionate di Grana Padano Dop e viene confezionato in vaschetta o barattolo da 1 kg per consentire un pronto impiego in cucina o in tavola.

Le forme, giunte ad un corretto stadio di maturazione, vengono grattugiate e, per conservarne al meglio l'aroma e la freschezza, immediatamente confezionate in atmosfera protettiva, senza subire alcun processo di essiccazione e senza aggiunta di conservanti.



Un grana "taylor made", di cui gli chef possono ben dirsi gli ambasciatori migliori sia sul mercato italiano (che vede i consumi in crescita tendenziale) sia su quello straniero, sul quale il Consorzio dei produttori punta molto per lo sviluppo.

SONO PROPRIO I CUOCHI, con le loro ricette e la creatività a mettere in luce la grande versatilità del prodotto. Non a caso il Consorzio ha pubblicato

IN DISPENSA

il volume "Taglio Sartoriale - 28 grandi chef interpretano il Grana Padano", dove chef di grido danno la loro interpretazione gastronomica del prodotto: dal Biscotto di Grana Padano con sfoglia d'uovo al nero di seppia di Carlo Cracco ai tortelli di cipolla e infuso di Grana Padano con carpaccio di seppia di Enrico Bartolini, alla Polenta e latte con cornetto al grana Padano di Emanuele Scarello, solo per citarne qualcuna.

INTERESSANTE È SCOPRIRE che, per versatilità e qualità, il Grana Padano è apprezzato anche laddove esistono forti e differenti tradizioni casearie. Lo conferma ad esempio Vincenzo Murgia del Gruppo Alimentare Sardo, importante distributore Cic-Coopera-



MINI DIZIONARIO DEL GRANA PADANO DOP

Da Consorzio a Tracciabilità



CONSORZIO

Il Consorzio di tutela nasce nel 1954 a Desenzano del Garda, nel cuore della zona di produzione del formaggio. Riunisce produttori, stagionatori e rivenditori e assicura il mantenimento degli standard di produzione tradizionali e della qualità del Grana Padano Dop. Fra i vari controlli, il Consorzio certifica che, dopo il corretto affinamento, ogni forma sia testata individualmente per controllarne l'aroma, il gusto e il livello di maturazione.

DOP

La Denominazione Origine Protetta sta a indicare che il prodotto è ottenuto nella zona di origine e nel rispetto di rigorosi controlli di qualità, denominazione che il Grana Padano ha ottenuto nel 1955 in Italia e nel 1996 in Europa. Questo marchio indica che il Grana Padano Dop è prodotto solo nella zona della piana del Po, in province che vanno dal Piemonte al Veneto, fino a Trento e alla provincia di Piacenza, utilizzando il latte da allevamenti locali.

LATTE

Servono oltre 15 litri di latte per produrre un chilo di Grana Padano Dop. In altre parole, 30 g di questo formaggio contengono una quantità di sostanze nutritive pari a quelle contenute in mezzo litro di latte.

tiva italiana catering sul territorio di Sardegna e Corsica. «Nonostante la cultura sarda per i formaggi di pecora, il Grana Padano è uno dei formaggi più acquistati e per quanto ne so, viene utilizzato soprattutto ai tavoli per condire i piatti.

Quanto al tipo di formato acquistato, c'è chi preferisce prendere la forma intera e chi invece i quarti o gli ottavi (circa 4 chili), per gestirli più facilmente. In ogni caso è davvero molto apprezzato, compreso il grattugiato, in confezioni da chilo, pratiche per il ristoratore perché di rapido uso. Unica accortezza: conservare le confezioni adeguatamente sigillate in frigorifero».

Differente situazione in Emilia Romagna, secondo Salsocarni di Salsomag-

Salsocarni S.r.l.

Sede legale Via Parma 80, 43039 Salsomaggiore Terme (Pr)

Tel. 0524 571451

Fatturato: 12 milioni €

Numero addetti: 24 dipendenti, 10 agenti

Zona servita: Parma, Piacenza, Reggio Emilia, Cremona, Pavia, Lodi, Modena, Bologna



Vincenzo Murgia

Gruppo Alimentare Sardo S.p.A.

Zona industriale Predda Niedda nord, strada 8

07100 Sassari

tel 079 2679004

Agenti: 18

Dipendenti: 30

Zona servita: Sardegna e Corsica

giore: «Qui - dice Carolina Toscani, contitolare dell'azienda - siamo nel territorio di produzione del Parmigiano Reggiano, il preferito dalla ristorazione di zona. Ma basta avere clienti che stanno a una quarantina di

chilometri di distanza e già notiamo l'orientamento ad acquistare Grana Padano, generalmente in tagli da 4-5 chili, un ottimo prodotto che ha anche un prezzo leggermente inferiore rispetto al Parmigiano».

MARCHIO

Il marchio che identifica il Grana Padano Dop è una piccola losanga impressa a fuoco sulle forme, una volta che hanno passato i controlli di qualità richiesti dal disciplinare di produzione.

MONDO

Il Grana Padano Dop piace in tutto il mondo, tanto che in pochi anni le esportazioni si sono triplicate e hanno superato il milione di forme vendute. Ad apprezzare in modo particolare questo formaggio sono soprattutto i tedeschi, gli statunitensi, gli svizzeri e i giapponesi.

NASCITA

Il 1135 è la probabile data di nascita del Grana Padano. Risale a quel lontano anno la creazione della ricetta di questo nobile formaggio da parte dei monaci benedettini lombardi.

NUTRIENTI

Bastano 50 g di Grana Padano per apportare il 60% della quantità quotidiana di calcio consigliata per una persona adulta. La stessa dose di 50 g contiene 16,5 g di proteine e 14 di lipidi e preziosi sali minerali come potassio, magnesio, zinco, ferro.

STAGIONATURA

Tre sono le stagionature possibili del Grana Padano

Dop: da 9 a 15 mesi, ideale per il consumo a tavola, con consistenza morbida e gusto delicato e poco saporito. Si passa poi a quello stagionato oltre 16 mesi, dal gusto pieno ma mai piccante, con profumo di frutta secca e fieno: è ottimo da grattugia o da tavola. Quello maturato oltre 20 mesi diventa "Riserva" (spesso indicato con marchio a fuoco). Dà il meglio grattugiato sulle pietanze ed è ottimo per una degustazione, con miele, confetture, aceto balsamico.

TERRITORIO

La produzione del Grana Padano Dop deve avvenire nel territorio delle province di Alessandria, Asti, Cuneo, Novara, Torino, Vercelli, Bergamo, Brescia, Como, Cremona, Mantova a sinistra del Po, Milano, Pavia, Sondrio, Varese, Trento, Padova, Rovigo, Treviso, Venezia, Verona, Vicenza, Bologna a destra del fiume Reno, Ferrara, Forlì, Piacenza e Ravenna.

TRACCIABILITÀ

Su ogni forma è riportato un marchio tondo che contiene il logo Grana Padano accompagnato da un codice di identificazione, che serve per associare ogni forma a un preciso luogo di produzione. Sulla crosta è impresso a fuoco anche un quadrifoglio, che contiene la sigla della provincia, il numero di matricola del caseificio e l'indicazione Dop. Così di ogni forma è possibile sapere dove e chi l'ha prodotta.

La ricetta degli chef Apci

Fiocchi di neve al tartufo nero su concassé di pomodoro caramellato al basilico



INGREDIENTI PER 4 PERSONE

g. 400 ricotta; n. 2 uova intere; g. 50 tartufo nero; g. 120 farina bianca; g. 50 Grana Padano Dop grattugiato; g. 50 pecorino di Pienza grattugiato; g. 500 pomodoro a cubetti; g. 6 basilico; g. 30 olio extravergine d'oliva; zucchero; g. 6 prezzemolo; n. 1 noce di burro; sale; noce moscata.

PROCEDIMENTO:

In una teglia porre il pomodoro a cubetti, condire con l'olio, un pizzico di zucchero, sale e basilico, mescolare bene e mettere in forno a 100° C per circa un'ora, spegnere il forno e lasciare all'interno fino al momento dell'utilizzo. In una ciotola preparare l'impasto con la ricotta, il Grana Padano, il pecorino, g. 20 di tartufo nero tritato grossolanamente e le due uova; aggiustare di sale, un pizzico di noce moscata e incorporare la farina. Formare delle piccole palline con l'impasto preparato, infarinare leggermente per evitare che si attacchino fra loro e cuocere in acqua bollente salata per due minuti circa, quando sono pronte verranno a galla da sole. Preparare in una padella antiaderente o in forno a microonde un cestino al Grana fatto con Grana Padano Dop grattugiato e un pizzico di prezzemolo. Inserire i fiocchi di neve condendo solo con una noce di burro a crudo e un pizzico di parmigiano grattugiato. Stendere il pomodoro davanti al cestino e guarnire con lamelle di tartufo e foglioline di basilico fresco attorno al piatto.

CUOCO AUTORE: ANDREA FANZAGHI - PARMA

Ricetta e foto tratte da Il Grande Libro delle Verdure Orogel 2010



APCI - Migliaia di autorevoli chef, affiancati da validi colleghi ristoratori, con il supporto logistico e operativo di un team selezionato di professionisti, una presenza dinamica e frizzante a garanzia del successo dei più importanti format ed eventi enogastronomici. Sono questi gli ingredienti della famiglia delle berrette bianche dell'Associazione Professionale Cuochi Italiani.
www.cucinaprofessionale.com

IL MAGGIOR PRODUTTORE ITALIANO DI SALSE

Gaia

il Pesto perfetto per

Snack



Pasta



Pizza



IN DISPENSA

L'aceto che accarezza il palato

L'Aceto Balsamico di Modena Igp è uno degli ambasciatori del Made in Italy e un ingrediente utilizzato per dare personalità a molti piatti in cucina, oltre che, più tradizionalmente, con il formaggio. Impariamo a conoscerlo

I numeri dell'Aceto Balsamico di Modena Igp

242
OPERATORI

79
PRODUTTORI (ACETAIE)

90 mln litri
IL VOLUME TOTALE

73 mln litri
IL VOLUME IMBOTTIGLIATO

433 mln €
IL FATTURATO

92%
L'EXPORT SUI VOLUMI

4 € - 40 €
IL PREZZO MEDIO AL LITRO
RISPETTIVAMENTE DELL'IGP
E DELL'IGP INVECCHIATO

Modena fa parte a pieno titolo della cosiddetta "food valley", area geografica italiana in cui si concentrano produzioni agroalimentari d'eccellenza.

Una zona che vanta una pregiata rassegna di prodotti che spaziano dai salumi al parmigiano, dalle carni suine allo zampone, passando per tortellini, frutta, conserve, vini; fra questi, un posto d'onore spetta di diritto all'Aceto Balsamico di Modena Igp (indicazione geografica protetta).

Prodotto da 79 aziende per la maggior parte di dimensioni artigianali o semi-artigianali nelle province di Modena e Reggio Emilia - area che corrisponde all'incirca ai confini dell'antico Ducato Estense, presso cui la tradizione e la cultura dell'aceto balsamico, sia il Tradizionale DOP sia quello IGP, si è diffusa e

consolidata - è uno dei prodotti agroalimentari tipici italiani di maggior successo sui mercati internazionali.

SECONDO IL DISCIPLINARE produttivo, l'Aceto Balsamico di Modena è il prodotto ottenuto, con particolare e tradizionale tecnologia, dai mosti (non meno del 20%) ottenuti da uve provenienti da ben precisi vitigni (Lambrusco, Sangiovese, Trebbiano, Albana, Ancellotta, Fortana, Montuni) parzialmente fermentati e/o cotti e/o concentrati, con l'aggiunta di una parte di aceto vecchio di almeno 10 anni, in modo da conferire al prodotto i caratteri organolettici tipici, e con l'aggiunta di aceto di solo vino (almeno il 10%). Da sottolineare che è consentita l'aggiunta di caramello per la stabilizzazione colorimetrica fino a un massimo del 2% del volume del prodotto finito, mentre è vietata l'ag-

VALORIZZAZIONE

Un solo Consorzio per una maggiore tutela

A dicembre il Consorzio Aceto Balsamico di Modena e il Consorzio Filiera Aceto Balsamico di Modena hanno unito gli intenti per una maggiore incisività nell'attività di tutela e di valorizzazione del prodotto, dando vita al Consorzio di Tutela dell'Aceto Balsamico di Modena, che conta 50 soci rappresentativi di oltre il 98% dell'intera produzione e contribuisce alla nascita del quarto polo dell'agroalimentare italiano per valore e primo per l'esportazione.

Nella foto, il presidente Stefano Berni con il Direttore Federico Desimoni, i due past President Mariangela Grosoli e Sabrina Federzoni con il Consiglio e alcuni soci del nuovo Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena.



Per saperne di più

Storie e ricette del Balsamico

Si chiama "A scuola di Balsamico" il volume realizzato e distribuito dal Consorzio Aceto Balsamico di Modena (edizioni Catering) che racconta la storia e i segreti dell'Aceto Balsamico di Modena IGP e allo stesso tempo raccoglie una serie di ricette elaborate e realizzate dagli studenti della Scuola Alberghiera di Serramazzoni.

Una pubblicazione che offre molti suggerimenti per abbinare al meglio il condimento con le pietanze: mentre un

Balsamico giovane e leggermente corposo rende meglio nelle preparazioni di cibi cotti, uno con corposità più accentuata e prolungato invecchiamento è più indicato nelle rifiniture di piatti, come condimento di insalate di verdura e frutta, o per dare un tocco di classe a cocktail e dessert. Sono in tutto 24 le idee gastronomiche suggerite per utilizzare questo prodotto in modo insolito, rivisitando cucine di paesi lontani o proponendo nuovi abbinamenti per esaltarne le note intense e inconfondibili.



A scuola di Balsamico
Consorzio Aceto Balsamico di
Modena (edizioni Catering)

Due fasi della produzione dell'Aceto Balsamico di Modena Igp:
la cottura del mosto e l'invecchiamento in botti di rovere.



giunta di qualsiasi altra sostanza. Nell'etichetta del prodotto c'è anche l'indicazione di un altro componente: si tratta dell'anidride solforosa. In etichetta può non essere indicata, se è presente in misura inferiore ai limiti rilevabili oppure è indicata "in tracce" ovvero inferiore a 10 ppm (parti per milione), ma va sottolineato che si tratta di una sostanza presente naturalmente nel prodotto in quantità variabili in quanto deriva dalle materie prime utilizzate, appunto mosto e aceto di vino. Generalmente si tratta di un prodotto soggetto a un breve invecchiamento (due mesi), che può protrarsi fino a tre anni per la tipologia "invecchiato", più ricercato e di conseguenza leggermente più costoso.

VERSATILITÀ IN CUCINA. «In effetti il balsamico di Modena Igp invecchiato è un aceto di pregio - dice Antonio Bocchi di Ristogamma di Rubiera, in provincia di Reggio Emilia - che non può mancare nel nostro portfolio: ne abbiamo di tre o quattro invecchiamenti differenti, ma i consumi non sono elevati per una ragione di costo, mentre della tipologia non invecchiata i ristoratori della nostra zona fanno un abbondante uso, come condimento, con i formaggi, ma anche in cucina. Si

usa sulle scaloppine, per insaporire un riso o una pasta, sulle tartare... gli impieghi sono i più svariati. Non a caso abbiamo un formato da litro, più pratico per chi deve cucinare e quello da 250 ml da mettere in tavola. In ogni caso mi sono accorto che non sono solo i ristoratori della nostra area ad apprezzarlo: da quando faccio parte della Cic, ormai più di 10 anni, ho constatato che l'utilizzo dell'aceto balsamico è andato via via crescendo in tutta Italia, credo sia per il minor punto di acidità rispetto all'aceto di vino, sia per la sua versatilità su molti piatti. E viaggiando mi è capitato di vederlo in vendita dal Giappone alle Americhe. Un bell'esempio di Made in Italy da valorizzare e tutelare, che qualifica chi sa usarlo nel modo giusto».



Antonio Bocchi

RISTOGAMMA

Via Contea, 15/A
Rubiera (Re)

Tel. 0522 / 626464

Numero adetti:

25 dipendenti e 11 agenti

Fatturato 9,5 milioni

Zona servita:

Modena, Reggio Emilia,
Mantova e Bologna

La ricetta degli chef Apci

Timballetto di calamari e polpo sbiancato, con bavarese al pomodoro e cappello di broccoletti al salto



INGREDIENTI PER 4 PERSONE

g. 260 calamari; g. 240 polpo; n. 2 fogli gelatina animale; g. 80 pomodorini in polpa; g. 60 cime di broccoletti; g. 40 olio extra vergine d'oliva; g. 20 scalogno a rondelle; g. 15 succo di limone; g. 20 parmigiano a scaglette; n. 2 cucchiaini di Aceto Balsamico di Modena Igp; sale; pepe; n. 1 costa sedano, n. 2 carote.

PROCEDIMENTO

Lavare accuratamente il polpo e i calamari, a parte preparare una brunoise (con sedano carote e scalogno) cuocere il polpo e i calamari in due pentole separate, spegnere quando risulteranno teneri. Nel frattempo preparare la bavarese di pomodoro emulsionando i pomodori pelati, privati di semi con olio, sale e pepe aggiungendo la gelatina di pesce precedentemente ammorbidita nell'acqua fredda e ben strizzata. Dopo aver mescolato bene la gelatina con sale pepe e pomodoro, colare il composto in uno stampo rettangolare di acciaio o silicone. Formare uno strato di almeno 3 cm e farlo raffreddare nel frigo. Dopo che si è raffreddato copparlo con un coppapasta dello stesso diametro (5cm) dei cilindri che andremo a foderare con il polpo e i calamari.

Nei cilindri di acciaio mettere il primo strato di bavarese al pomodoro e aggiungere il polpo e i calamari già conditi precedentemente con olio, aceto balsamico, sale, pepe e le rondelle di scalogno. Terminare il cilindro con i broccoletti precedentemente appassiti in una padella con olio e aglio e metterli in frigo per 30 minuti. Dopo aver sfornato il contenuto dei cilindri, servire in un piatto grande rettangolare senza bordi e aggiungere sopra la paglietta di parmigiano e qualche goccia di Aceto Balsamico di Modena Igp.

CUOCO AUTORE: ALFONSO CRISCI - NOLA (NAPOLI)

Ricette APCI per Acetaia Giuseppe Cremonini



APCI - Migliaia di autorevoli chef, affiancati da validi colleghi ristoratori, con il supporto logistico e operativo di un team selezionato di professionisti, una presenza dinamica e frizzante a garanzia del successo dei più importanti format ed eventi enogastronomici. Sono questi gli ingredienti della famiglia delle berrette bianche dell'Associazione Professionale Cuochi Italiani.
www.cucinaprofessionale.com

IN DISPENSA



FRUTTA SECCA

Gamma completa di frutta secca per utilizzi diversi in cucina e per la preparazione di dessert confezionata in sacchetti di polipropilene con Shelf Life di 12 mesi.

ARACHIDI SALATE pelate, integre e croccanti.

NOCI SGUSCIATE di consistenza turgida, non morbida e spugnosa.

PINOLI MONDI MEDITERRANEI integri e interi con lieve profumo di essenza resinosa e **PINOLI ORIENTALI**.

UVETTA SULTANINA di consistenza morbida e spugnosa.

MANDORLE, proposte in tre varianti (**sgusciate, pelate, affettate**) per utilizzi diversi, di consistenza croccante, non fibrosa o spugnosa.

GRANELLA DI NOCCIOLE e **NOCCIOLE TOSTATE** italiane, di consistenza turgida, senza retrogusto.

FARINA DI COCCO di consistenza farinosa di sapore intenso senza retrogusti esterni.

PISTACCHIO CRUDO SGUSCIATO turgido e **PISTACCHIO TOSTATO** croccante.

MELANGE ESOTICO (ananas, papaya, mango, guava, kiwi, uvetta, banana) morbido e spugnoso

LA SALUMERIA QUALITALY

Due salumi stagionati tipici della salumeria meridionale.

SALAME VENTRICINA, ottenuto da pura carne suina con sale, latte scremato in polvere, destrosio, spezie e aromi. È presentato in due pezzature: intero da 3,3 kg sfuso o a metà da 1,6 kg. Shelf Life: 120 giorni.

SALAME SPIANATA PICCANTE, realizzato con Impasto a macina media arricchito con una consistente dose di peperoncino. Budello collagenico, con asola in spago. Caratterizzato dalla tradizionale forma schiacciata, a pelle pulita. Peso medio: 2,2 kg. Shelf Life: 90 giorni.



MIX DI FORMAGGIO GRATTUGIATO FRESCO TAVOLA VIVA

Prodotto ottenuto dalla grattugia di formaggi stagionati e Grana Padano.

PROCESSO PRODUTTIVO Le forme, giunte ad un corretto stadio di maturazione, vengono grattugiate e, per conservarne al meglio l'aroma e la freschezza, immediatamente confezionate in atmosfera protettiva, senza subire alcun processo di essiccazione e senza aggiunta di conservanti. Il prodotto non contiene organismi geneticamente modificati.

INGREDIENTI Formaggi stagionati (latte, sale, caglio), Grana Padano (latte, sale, caglio, conservante: lisozima - proteina naturale dell'uovo), antiagglomerante E 460.

CARATTERISTICHE ORGANOLETTICHE Aspetto: frammenti di grandezza uniforme ben sgranati. Gusto: saporito. Odore: gradevole. Colore: giallo paglierino

CONFEZIONAMENTO In vaschetta o in barattolo da 1000 g

ACETO BALSAMICO DI MODENA IGP

Condimento a base di aceto di vino e mosto d'uva concentrato secondo quanto previsto dal disciplinare di produzione del Consorzio di tutela dell'Aceto Balsamico di Modena Igp (v. pag. 22).

CARATTERISTICHE ORGANOLETTICHE Si presenta limpido e brillante all'aspetto, con un colore bruno intenso. L'odore è caratteristico, persistente, intenso e delicato, piacevolmente acetico. Il sapore è agrodolce, gradevole e caratteristico.

FORMATO È proposto nella linea Qualitaly in bottiglia marasca in vetro da 500 ml e anche in bustine monodose da 5 ml.

Nella linea Tavola Viva in bottiglia tonda di vetro scuro da 500 ml.



Unici



PERCHÈ SIAMO l'unico molino che macina 10000 q.li al giorno in 5 sezioni differenti con una macinazione lenta e lunga, mantenendo così intatta l'integrità degli amidi senza stressare il chicco. Abbiamo anche specializzato le sezioni per i grani più duri e le sezioni per i grani più teneri che maciniamo singolarmente per rispettare l'unicità di ogni prodotto.

PERCHÈ SIAMO l'unico molino che dispone di 3 tecnici - dimostratori che fanno parte del nostro team. Sono risorse interne della famiglia "le 5 Stagioni" che, affiancati a collaboratori esterni, hanno contribuito negli anni ad arricchire il nostro patrimonio di conoscenze così da poterlo trasmettere al cliente.

PERCHÈ SIAMO stati il primo molino italiano ad aver ideato una linea di farine dedicata al mondo della pizza, l'unico che produce nei propri stabilimenti un lievito madre essiccato in polvere specifico per pizza.

PERCHÈ SIAMO l'unico molino che da sempre investe in Ricerca e Sviluppo creando nuovi prodotti che hanno segnato il mondo della pizza.

PER IL RESTO SIAMO COME GLI ALTRI ...

PORTE APERTE PER FARVI TOCCARE CON MANO LA NOSTRA REALTA'.



Freschi: qualità da conservare

Troppo spesso sottovalutata dai ristoratori, la conservazione degli alimenti a temperatura controllata è fondamentale sia ai fini della sicurezza alimentare, che per preservare la qualità della materia prima

DI RACHELE AGOSTONI

Sempre più chef fanno del prodotto fresco la cifra della loro proposta gastronomica. Ma non basta saper scegliere bene, bisogna gestire correttamente i prodotti freschi, attraverso l'applicazione delle basse temperature, che garantiscono sia la sicurezza igienico-sanitaria, sia il mantenimento delle loro caratteristiche organolettiche. La normativa non dà indicazioni univoche in merito al comportamento da adottare. «Il Regolamento CE 852/2004 – spiega Marco Valerio Sarti, tecnologo alimentare - non elenca temperature di stoccaggio, ma principi da perseguire: le derrate non devono essere conservate a temperature che potrebbero comportare rischi per la salute. Inoltre specifica che la catena del freddo non deve essere interrotta».



Marco Valerio Sarti

LA COMPETENZA DEL TECNOLOGO colma i punti lasciati oscuri dalla normativa. «Tra gli alimenti più critici - commenta Sarti - vi sono quelli che non vengono sottoposti a cottura prima del consumo, in particolare carne e pesce. La frutta e la verdura crude e non lavorate sono invece alimenti

Catena del freddo, conosciamola meglio

IL TERMINE

indica la continuità di mezzi impiegati per assicurare la conservazione a bassa temperatura di derrate alimentari termicamente deperibili, affinché possano giungere al consumo finale mantenendo lo standard qualitativo iniziale.

RIDURRE L'INTENSITÀ

degli shock termici vuol dire difendere e preservare la qualità degli alimenti.

I MOMENTI PIÙ CRITICI

non sono quelli in cui gli alimenti si trovano a condizioni statiche in frigoriferi o congelatori, ma le fasi di trasformazione e quelle successive: post cottura, esposizione dei buffet e scongelamento.



La corretta conservazione degli alimenti garantisce il mantenimento delle loro caratteristiche organolettiche



nella
conservazione
occorre porre
attenzione alle
fasi più critiche
del processo
di lavorazione

Doc. Coldline

non critici. Per la carne e il pesce, crudi o cotti, è opportuno garantire una temperatura inferiore a 4°C, prossima allo 0: il set-point del frigorifero o della cella deve essere a 1 o 2°C. Per tutti gli altri alimenti (latte, uova, verdura o frutta già lavorata, formaggi freschi...) è necessario avere un frigorifero o una cella ben funzionanti impostati a 4°C. Non vanno trascurati l'ordine e la prevenzione igienica all'interno dei frigoriferi e delle celle. Gli alimenti devono essere protetti in opportuni contenitori o pellicole protettive».

Nella sua attività di consulente, Sarti incontra parecchie irregolarità nella gestione dei freschi nei ristoranti. Per esempio, la cottura degli alimenti viene terminata prima del servizio e le derrate vengono raffreddate e conservate a temperatura ambiente; solo a conclusione del servizio vengono stoccate nei frigoriferi. Durante l'esposizione, poi, i mezzi frigoriferi non sempre garantiscono un'adeguata coibentazione termica, perché costruiti a cielo aperto e sovraccaricati di alimenti. Fortunatamente la tecnologia aiuta. «Gli impianti moderni – conclude Sarti - sono dotati dei requisiti imposti dal legislatore: la possibilità di sanificazione viene garantita da materiali idonei e forme smussate. I problemi principali insorgono su manutenzioni e controlli periodici. I ristoratori devono ricordare che la maggior parte del tempo gli alimenti sostano nei frigoriferi e nelle celle ed eventuali malfunzionamenti si riversano sulla conservazione del cibo e quindi sulla sua qualità».

ALTE PRESTAZIONI E BASSI CONSUMI. Purtroppo in tempi di

IN CUCINA



Scomparti indipendenti e contenitori a protezione dei diversi alimenti

Doc. Afinox



Roberto Zanobi

Formasal Srl

Sede operativa:

SS Cassia Nord km 86,
01100 Viterbo

Tel. 0761251349

www.formasal.it

Fatturato: 16 milioni €

Numero addetti: 60

Zona servita: Viterbo
e provincia, province di
Terni, Grosseto, Roma

crisi, molti pensano solo a risparmiare. «Oggi – spiega Roberto Zanobi, di Formasal - il mercato è diviso tra quanti ricercano apparecchi economici e quanti si orientano su produzioni di elevata qualità. I modelli più nuovi utilizzano gas refrigeranti ecologici e ad alte prestazioni. Spesso un'apparecchiatura che pare di buon prezzo nel tempo si rivela antieconomica perché consuma di più o perché usa gas obsoleti, di difficile reperibilità sul mercato. Questo significa che in caso di rottura, se il refrigerante non è più disponibile, bisogna per

forza sostituire il frigorifero».

La riduzione dei consumi è un ambito di sviluppo promettente. «Abbiamo lanciato una nuova linea di frigoriferi a basso consumo – racconta Stefano Facco, Sales & Marketing Director di Afinox - con spessori aumentati, un migliore isolamento termico, la funzione energy saving notturna e la possibilità di scegliere tra il refrigerante tradizionale R404, e l'R290 più efficiente ed ecologico. La ricarica è più costosa, ma ne serve meno perché è più performante. Inoltre è possibile selezionare, a seconda del prodotto da conservare, il grado di umidità richiesto.

Abbiamo anche lavorato su un prodotto di primo livello, per offrire un'alternativa valida anche a quanti desiderano spendere un po' meno nell'acquisto. Collaboriamo con chef e pasticceri per offrire prodotti più vicini alle richieste degli utilizzatori che, ci siamo accorti, spesso sottovalutano l'importanza del frigorifero, mentre la conservazione è fondamentale per la qualità del prodotto finito».

L'AFFIDABILITÀ DIVENTA così una caratteristica fondamentale. «Spesso il valore della merce conservata – spiega Glauca Vesperini, Product Manager di Sagi Spa, azienda del gruppo Angelo Po - è superiore a quello del conservatore. Affidabilità significa che queste macchine devono essere in grado di garantire il rispetto delle temperature di conservazione degli alimenti anche quando la temperatura ambiente è elevata: in certe parti d'Italia (e in molti Paesi esteri) soprattutto in estate la temperatura delle cucine può superare i 50°C! C'è poi un'altra esigenza, partita dal nord Europa, quella del risparmio energetico.

La nostra azienda aderisce a Ceced Italia, associazione che ha deciso di anticipare la futura normativa europea con una classificazione energetica. Le prestazioni delle attrezzature sono state verificate presso i laboratori indipendenti IMQ.

I modelli della gamma Green Planet vantano il riconoscimento E.C.E, Etichetta di Classificazione Energetica».



VISION COLDLINE

Nell'ambito della linea Vision di Coldline, il conservatore C-80 è equipaggiato con doppio compressore e doppio circuito frigorifero: il funzionamento contemporaneo dei due compressori fornisce elevata potenza per un raffreddamento rapido e intenso, mentre in fase notturna o con carico parziale, un solo compressore attivo assicura bassi consumi energetici e una refrigerazione più delicata.



GREEN PLANET ANGELO PO

Gli armadi frigoriferi Green Planet di Angelo Po permettono di ottenere il massimo delle prestazioni e dell'affidabilità con consumi energetici ridotti. È stato calcolato un risparmio energetico che può arrivare fino a 912 euro/anno.



MEKANO GREEN AFINOX

Scegliere Mekano Green di Afinox significa godere di un armadio frigorifero dalle alte performance. Il corretto dimensionamento del circuito frigorifero, garantisce un funzionamento ottimale, senza sottoporre l'armadio a condizioni di sovraccarico; cablaggio, evaporatori e software sono protetti per salvaguardare il frigorifero; il sistema intelligente di sbrinamento ed evaporazione dell'acqua di condensa evita inutili sforzi alla macchina.

Un conservatore ben progettato consente anche di aumentare il periodo di conservazione dei prodotti freschi e di ridurre gli sprechi mantenendo intatta la qualità. «Abbiamo fatto uno sforzo enorme per arrivare a parlare direttamente con l'utilizzatore finale - spiega Massimo Caudullo, direttore commerciale di Coldiline - per capire le sue necessità, alle quali adeguare le apparecchiature.

Grazie a questo impegno abbiamo creato una linea di apparecchi che usano il freddo per semplificare e velocizzare il lavoro e consentire una razionale pianificazione delle attività. Sono nate macchine facili da usare, con elettronica innovativa che permette di implementare diverse funzioni e di impostare la macchina in base al prodotto che si deve conservare.

Tutto ciò con attenzione ai costi, perché anche la potenza può essere regolata in base alla necessità. Se poi si abbina l'uso corretto del conservatore con l'abbattimento della temperatura la qualità del prodotto conservato aumenta ulteriormente».

LA PAROLA ALLO CHEF

Primo, rispettare i cibi

Giovanni Pinto è lo chef del Country Resort & Restaurant La Rocca di Orvieto, 40-45 coperti, più una sala ricevimenti da oltre 200 posti. Nella sua cucina la dotazione "freddo" è costituita da 5 frigoriferi, 1 cella, 1 congelatore e un abbattitore. «Curo con grande attenzione la gestione dei freschi e supervisiono sempre quanti lavorano con me riguardo a questo aspetto. Impiegando ingredienti di primissima qualità è importante non rovinarli con una conservazione sbagliata. La maggiore difficoltà consiste nel non far subire eccessivi sbalzi di temperatura ai prodotti. Sono molto esigente e ritengo sia importante stare attenti a queste cose, anche perché se si presenta un problema di sicurezza alimentare si paga salato. Nell'acquisto di un frigorifero guardiamo la potenza del compressore, che deve permettere di mantenere le temperature ottimali anche nel periodo estivo. Usiamo molto anche l'abbattitore in positivo, per raffreddare rapidamente il cibo e migliorarne la conservazione successiva».



Giovanni Pinto

Senza glutine, attenti alle contaminazioni

È un fenomeno in crescita, quello delle persone affette da celiachia. Un fenomeno che impone ai ristoratori di elevare il livello di attenzione, in particolare per evitare le contaminazioni nei processi di preparazione delle pietanze.

DI GREGORI NALON, WWW.GREGORICHEF.IT

Il problema della contaminazione con glutine di cibi che ne sono privi è molto sentito e ancora oggi è vivo il dibattito su come “gestire” le informazioni che le conoscenze scientifiche ci forniscono. Qui di seguito un breve condensato di informazioni redatto con il supporto dei materiali prodotti dall'Associazione Italiana Celiachia.

Possiamo definire come contaminazione l'aggiunta involontaria di sostanza al prodotto alimentare/pasto causata da eventi accidentali o comunque non voluti e, pertanto, non controllabili. Normalmente le contaminazioni si esplicano in presenza di tracce della sostanza nel prodotto, con quantitativi al limite della rilevabilità strumentale (ppm o ppb). Le contaminazioni possono essere distinte in:

- **CONTAMINAZIONI CROCIATE** (cross-contamination), definite come le possibili contaminazioni dovute agli “incroci” del prodotto senza glutine con quello con glutine lungo tutto il processo, dalle materie prime fino alla consegna al consumatore finale.
- **CONTAMINAZIONI AMBIENTALI**,

definite come le possibili contaminazioni dovute a non corretti comportamenti da parte delle persone in fatto di igiene, e alle condizioni ambientali non perfettamente sotto controllo.

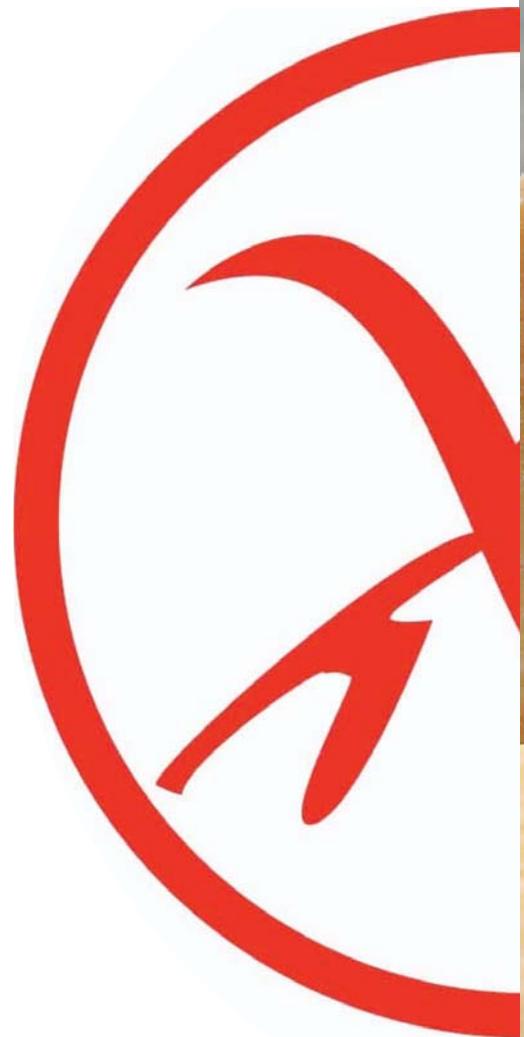
Nel dare informazioni su questo argomento AIC (l'Associazione Italiana Celiachia) tiene conto delle fonti normative, nazionali ed internazionali; delle conoscenze scientifiche sui limiti di tossicità del glutine e sui consumi di alimenti senza glutine; del principio di precauzione sancito dall'Unione Europea. Inoltre, AIC differenzia il suo messaggio a seconda che sia rivolto ai celiaci e alle loro famiglie oppure agli operatori (produttori e ristoratori).

IL PROBLEMA DELLE CONTAMINAZIONI caratterizza in maniera trasversale la produzione di alimenti, sia nell'industria sia nella ristorazione. Nella preparazione di alimenti le possibili contaminazioni possono essere essenzialmente di tre tipologie: chimica, biologica e fisica.

Ad esempio, gran parte delle procedure applicate nella produzione e conservazione degli alimenti sono finalizzate

a evitare o comunque ridurre al di sotto di livelli accettabili la contaminazione e proliferazione di microrganismi (contaminazione microbiologica) che possono essere patogeni o comportare comunque una perdita o riduzione delle qualità organolettiche del prodotto alimentare.

Le tecnologie di produzione, conservazione e controllo degli alimenti, così come la legislazione alimentare, mirano principalmente a mantenere la salubrità e qualità organolettica dei prodotti alimentari, riducendo, eliminando o evitando i rischi per la salute. Il Regolamento CE 178 del 2002, che ha stabilito i principi cardine della legislazione alimentare, istituendo l'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA) e stabilendo procedure nel campo della sicurezza alimentare (allegato V), nel suo Articolo 6 “Analisi del rischio”, ha sancito che “ai fini del conseguimento dell'obiettivo generale di un livello elevato di tutela della vita e della salute umana, la legislazione alimentare si basa sull'analisi del rischio (...)”, che “la valutazione del rischio si basa sugli elementi scientifici





Il marchio Spiga Barrata, di proprietà dell'AIC, viene concesso ai prodotti confezionati verificati dall'Associazione

a disposizione ed è svolta in modo indipendente, obiettivo e trasparente” e che “la gestione del rischio tiene conto dei risultati della valutazione del rischio (...) e del principio di precauzione”.

IL GLUTINE SI TROVA in pane, pasta, biscotti, pizza e in ogni altro prodotto contenente grano tenero, grano duro, farro, segale, kamut, orzo e altri cereali minori. Mais e riso sono tra i pochi cereali a non contenere glutine. Questa proteina è però utilizzata nell'industria alimentare e può essere presente in vari prodotti anche a seguito di contaminazioni.

L'unica terapia disponibile consiste in una dieta rigorosamente priva di glutine da seguire per tutta la vita.

Per il professionista della ristorazione occorre seguire alcune regole base. Tra queste, evitare qualsiasi promiscuità tra i prodotti con e senza glutine, tra attrezzature e stoviglie per i due processi di lavorazione, prediligere i prodotti naturalmente senza glutine, prestare attenzione alla composizione di tutti gli alimenti poiché molti di questi possono contenere tracce di glutine.



Le norme da seguire in cucina

LUOGO DI LAVORAZIONE PULITO O AD USO ESCLUSIVO.

È necessario che le pietanze siano preparate in modo che sia escluso il contatto con alimenti con glutine. Il luogo di lavorazione degli alimenti senza glutine dovrà essere pulito da eventuali residui di precedenti lavorazioni con alimenti con glutine, meglio se ad uso esclusivo delle preparazioni senza glutine.

DIVISA PULITA O CAMICE MONOUSO. Il personale, che si occupa della lavorazione del “senza glutine”, deve indossare divise pulite e non contaminate (soprattutto non infarinate), oppure dovrà essere indossato, sopra la divisa in uso, un camice o grembiule monouso conservati in un armadietto pulito.

LAVARE LE MANI. Dopo qualsiasi lavorazione con alimenti che contengono glutine il personale dovrà sempre lavarsi accuratamente le mani.

ATTREZZI PULITI O DEDICATI. I macchinari, le attrezzature (es. padelle, teglia, griglia, friggitrice, piastra, impastatrice), le minuterie (es. spatole, coltelli, cucchiari, mestoli, apriscatole), i contenitori non devono essere contaminati da alimenti con glutine: prima di utilizzarli per “il senza glutine” devono essere lavati accuratamente; se dedicati in modo esclusivo devono essere conservati in luoghi puliti o chiusi.

NO ACQUA DI COTTURA PROMISCUA. La cottura degli alimenti senza glutine deve avvenire in contenitori distinti da quelli usati per gli altri cibi: non devono essere cucinati in pentole non lavate utilizzate per preparazioni precedenti e nell'acqua dove è cotta la pasta con glutine. Non utilizzare l'acqua di cottura, già usata per la pasta con glutine, per allungare risotti, sughi o altre preparazioni, e per lessare verdura o riso destinati al celiaco.

NO OLIO UTILIZZATO PER ALIMENTI CON GLUTINE. L'olio per la frittura deve essere dedicato esclusivamente per la cottura di alimenti senza glutine, non deve quindi essere utilizzato anche per la frittura di alimenti con glutine.

NO CESTELLI MULTICOTTURA. Non cucinare in cestelli multicottura se utilizzati per la cottura di alimenti con glutine.

SEGNO IDENTIFICATIVO PER PIATTO SENZA GLUTINE. I sacchetti e i contenitori a chiusura ermetica utilizzati per la conservazione (anche in frigorifero o freezer) dovranno essere contrassegnati da etichetta oppure potranno essere utilizzati contenitori di colore diverso, ben identificabili.

EVITARE L'USO PROMISCUO DEL FORNO. Si consiglia di utilizzare il forno per la cottura dei cibi con e senza glutine in tempi diversi, si dovrà tenere in considerazione le caratteristiche del forno esistente nel locale.

(fonte: Associazione Italiana Celiachia)



Il marchio che identifica i ristoranti gluten free del Progetto Alimentazione Fuori Casa dell'AIC, www.celiachia.it

Infine attenersi alle indicazioni dell'AIC, che suddivide gli alimenti in permessi, a rischio o vietati, sulla base della loro natura, degli ingredienti e del processo di lavorazione.

ALIMENTI CONSENTITI. Possono essere consumati liberamente, in quanto naturalmente privi di glutine o appartenenti a categorie alimentari non a rischio per i celiaci, poiché nel corso del loro processo produttivo non sussiste rischio di contaminazione. Questi prodotti non sono inseriti nel Prontuario AIC degli Alimenti.

ALIMENTI A RISCHIO. Potrebbero contenere glutine in quantità superiore ai 20 ppm o sono quelli a rischio di contaminazione per i quali è necessario conoscere e controllare l'ingredientistica e i processi di lavorazione. I prodotti di queste categorie, se vengono valutati come idonei dall'AIC, vengono inseriti nel Prontuario AIC degli Alimenti. L'AIC consiglia il consumo di questi alimenti se presenti in Prontuario o riportanti la dicitura «senza glutine».

ALIMENTI VIETATI. Contengono glutine e pertanto non sono idonei ai celiaci. Tali alimenti, ovviamente, non

sono inseriti nel Prontuario.

Per poter avere dei prodotti idonei al consumo dei celiaci è necessario che le aziende produttrici applichino un corretto piano di controllo delle materie prime e del prodotto finito; inoltre occorre monitorare costantemente il processo produttivo, gli ambienti di lavoro, le attrezzature, gli impianti e formare adeguatamente gli operatori. Tutto questo diventa ancora più importante se si considera che possono verificarsi, durante la produzione, pericolosi fenomeni di contaminazione crociata o ambientale da glutine. Così, estremizzando, può accadere (soprattutto per alcune categorie di prodotti come gli sfarinati) che da un ingrediente naturalmente privo di glutine si ottenga un prodotto finito (amidi, farine, fecole, ecc.) contaminato. Se, ad esempio, nel medesimo molino viene lavorato anche del frumento o un altro cereale proibito, sussiste un forte rischio di contaminazione dei prodotti finiti, per presenza di glutine negli ambienti di lavoro e nei sistemi di trasporto utilizzati.

Per questo motivo alcune categorie di prodotti, anche se preparati o derivati con ingredienti naturalmente privi di glutine, sono considerate «a rischio».

Le norme da seguire in sala

LAVARE LE MANI. Dopo qualsiasi contatto con alimenti che contengono glutine il personale dovrà sempre lavarsi accuratamente le mani.

ATTENZIONE ALLE BRICIOLE E AL PANE. Accertatevi che la tovaglia non abbia residui di briciole, non posizionare il pane sulla tovaglia accanto al cliente celiaco.

PERSONALE INFORMATO PER IL SERVIZIO AL CLIENTE CELIACO. Deve sapere consigliare il celiaco sulle pietanze idonee; deve servire il cliente celiaco con naturalezza, evitando manovre errate o atteggiamenti che possono creare disagio.

SEGNO DISTINTIVO PIATTO. Per evitare, soprattutto durante la maggior affluenza, il rischio di un eventuale scambio di piatto (con il glutine e senza glutine), consigliamo un segno distintivo ad esempio: decorazione, bandierina.

(fonte: Associazione Italiana Celiachia)

LA RICETTA DI GREGORI

TORTINO CON FAGIOLI CANNELLINI E CIOCCOLATO

INGREDIENTI

Per la purea di cannellini: 300 g fagioli cannellini, g 150 zucchero, la bacca di mezza vaniglia, g 800 acqua, g 50 rum, g 2 bicarbonato. Mettere a bollire tutti gli ingredienti fino a cottura dei fagioli cannellini.

Ingredienti per il tortino: g 150 purea di fagioli cannellini, g 130 burro, g 300 farina di riso, g 180 zucchero al velo, g 80 gocce di cioccolato, g 100 uova, g 8 lievito per dolci, ½ bacca di vaniglia (polpa).

PROCEDIMENTO

Montare il burro con lo zucchero, unire la purea di fagioli e la polpa della bacca di vaniglia. Aggiungere uno alla volta i tuorli d'uovo e la farina di riso con il lievito setacciati. Montare gli albumi d'uovo ed unirli piano piano al composto. Sistemare su stampini da porzione (circa 65/70 g d'impasto), leggermente imburriati ed infarinati con la farina di riso. Al centro mettervi delle gocce di fondente e cuocere in forno ventilato con ventola regolata a velocità medio bassa (i forni moderni possono gestire fino a cinque velocità oltre alla funzione statica) per circa 18 minuti a calore secco cioè al 30% di umidità relativa (i forni trivalenti moderni possono gestire automaticamente l'umidità relativa).



no
DRIVER ONLY
noleggio veicoli refrigerati



CONTACT ITALIA • To

**Con noi, il vostro business
viaggia sempre nella giusta direzione.**

DRIVER ONLY - Via Garibaldi, 39 - 64028 Silvi (TE) - Tel: +39 085 9350778 - Email: info@driveronly.it - www.driveronly.it

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



L'ECCELLENZA PER LA RISTORAZIONE
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 (Ud)
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



MAGGENNO VALTELLINA
S.R.L.
23012 Castione
Andevenno (So)
Tel. 0342 567630

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.
DISTRIBUZIONE PRODOTTI
PER PASTICCERIA E GASTRONOMIA
PIZZE E PANIFICI
DAUNIA ALIMENTI S.R.L.
71100 Foggia
Tel. 0881 752243



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

SARDEGNA



GRUPPO ALIMENTARE
SARDO S.P.A.
07100 Sassari
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 S.R.L.
ELBA BEVANDE SPA
57037 Portoferraio (Li)
Tel. 0565 915058



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



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

TRENTINO ALTO ADIGE



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



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

VENETO



SIGUR 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



A CURA DI
FABRIZIO GOMARASCA

L'eccessiva rumorosità di un ristorante è sempre ai primi posti tra i motivi di insoddisfazione citati dai clienti. Non solo genera fastidio, stress e disaffezione in chi consuma un pasto, ma spesso è fonte di riduzione della produttività del personale.

«Un locale spazioso con pareti e soffitti completamente lisci - afferma Consuelo Redaelli, titolare dello studio Toolkit di Milano, specializzato in progettazione d'interni per bar, ristoranti, mense - rischia di diventare una scatola di riverbero acustico insostenibile; possiamo paragonarlo a una stanza piena di specchi che rifrangono la luce in tante direzioni. Così avviene anche per il suono. Più un locale è riverberante, più si ha l'effetto del rimbombo dei rumori (voci, piatti, passi, ecc.)»

Poiché quando viene realizzato un locale il tema dell'acustica è quasi sempre sottovalutato, occorre intervenire in una fase successiva.

«Gli interventi di ripristino del comfort acustico - continua la progettista -

Soluzioni contro il rumore

La corretta insonorizzazione di un locale pubblico ha come effetto quello di aumentare il numero di clienti, favorendone la frequentazione, il comfort e la permanenza, a tutto beneficio della redditività

possono essere eseguiti su queste superfici con controsoffitti o arredi fonoassorbenti ed è consigliato chiedere un intervento "su misura" con sopralluoghi e uno studio dedicato specifico. I sistemi fonoassorbenti un tempo erano esteticamente brutti e poco gradevoli e si attestavano come elementi tecnici da mascherare con contropareti o da integrare nell'arredo in modo da non essere elementi impattanti. Oggi invece le aziende propongono soluzioni differenti, an-

che esteticamente valide, progettando elementi di arredo con una propria identità estetica, trasformando quello che un tempo era solo un materiale da inserire all'interno della scatola architettonica in oggetto di design». Tendaggi, tappeti, rivestimenti a parete o a soffitto, controsoffitti e contropareti, elementi singoli a parete, a soffitto e self-standing, elementi da appendere 3D: è possibile scegliere tra una grande varietà di forme, funzioni e colori diversi. Qui di seguito,



I pannelli Eraclit sono utilizzati da Un posto a Milano a soffitto, a parete o come quinte anche con effetti decorativi e per comunicare

con l'aiuto di Consuelo Redaelli, ecco alcune realizzazioni particolarmente riuscite.

DECORAZIONE E ISOLAMENTO.

Un Posto a Milano è il ristorante caffetteria all'interno di Cascina Cuccagna, sottoposta a intervento architettonico di natura conservativa. Qui il problema acustico è stato affrontato dopo la realizzazione del locale con l'impiego di pannelli Eraclit in maniera interessante e differente. L'intervento di miglioramento acustico è stato fatto una volta realizzato il locale, quindi l'innesto di pannelli fonoassorbenti poteva risultare complesso anche dal punto di vista estetico.

Luca Mercatelli trova nei pannelli Eraclit (www.eraclit.biz) costituiti da lana di legno mineralizzata con magnesite la soluzione per decorare oltre che per l'isolamento acustico. La caratteristica tecnica ma anche estetica è proprio la superficie a vista a fibra sottile chiamata: "a grana acustica" che rende il pannello naturale e decorativo, senza impiego di sostanze nocive. A catalogo si trovano differenti colorazioni, realizzabili anche in qualsiasi tonalità. «In questo caso - spiega Redaelli - la

quando viene realizzato un locale, la rumorosità è troppo spesso sottovalutata

decorazione dei pannelli è stata fatta personalizzare dall'azienda ricreando un effetto geometrico. Le tinte scelte sono simili a quelle dei legni e dei colori delle finiture degli arredi esistenti nel ristorante. Gli azzurri richiamano il laminato delle vecchie sedie, il colore naturale dei pannelli quello dei tavoli e le tonalità calde degli aranci e dei rossi alcuni complementi. I pannelli sono stati appesi e uniti tra di loro tramite morsetti di plastica e a soffitto con guide estruse in ferro. In alcuni casi sono usati come quinte divisorie ed in altri casi inseriti a pa-

rete come pannelli decorativi. Verso l'ingresso, invece, vengono utilizzati come supporto per la comunicazione interna e per l'offerta gastronomica. L'utilizzo di questi pannelli è decisamente multifunzionale. Come una tessera di mosaico il pannello si reinterpreta acquistando funzionalità differenti: decora con i colori, assorbe i rumori migliorando il comfort generale e viene utilizzato per comunicare le offerte del giorno».

GIARDINO VERTICALE

Progettato dall'Arch Paola Navone il ristorante Pane e Acqua a Milano è un caso unico di come la creatività del progettista e la capacità tecnica del consulente riescano a trovare soluzioni innovative. I materiali fonoassorbenti si trasformano, nascondendosi agli occhi dei più, prendendo forme completamente inaspettate. «È un piccolo bistrot di 35 mq coperti - spiega Redaelli - che reinterpreta con creatività la ricerca di riferimenti ibridi tra tradizione e modernità. I molti dettagli tra oggettistica, arredamento, design e pezzi d'arte creano un luogo narrante fatto di micro scenari che si alternano tra i tavoli e le specialità gastro-

IN SALA

SNOWSOUND, MODULI A DENSITÀ VARIABILE

La tecnologia brevettata Showsound® utilizza pannelli composti da materiale a densità variabile, che permette di ottenere un assorbimento selettivo alle diverse frequenze e quindi di ottimizzare al meglio l'acustica dell'ambiente nonostante lo spessore molto contenuto dei pannelli e la loro incredibile

leggerezza. Tale tecnologia costituisce l'essenza dei moduli Flap di Caimi Brevetti, progettati da Alberto e Francesco Meda.

L'assenza di cornici e cuciture e la peculiarità del materiale con cui sono realizzati li rendono leggeri, poco ingombranti e adattabili. Flap è integralmente riciclabile perchè è realizzato con componenti monomaterici e facilmente disassemblabili.



www.caimi.com/news-products?id=1637&prod=flap



www.fantoni.it/it/acoustic_panelling/topakustik.html

TOPAKUSTIK, ESTETICA E ISOLAMENTO

Topakustik di Fantoni Group è un sistema di elementi fonoassorbenti a lamelle, studiato per raggiungere i più elevati livelli di estetica e qualità del suono, in qualsiasi situazione architettonica e con la massima versatilità di installazione. I pannelli si presentano con fresature orizzontali a vista e fori passanti. Il

retro è costituito da uno strato di materiale fonoassorbente. Questa soluzione a parete, alternata alla pietra e al legno è stata utilizzata nel ristorante Grani di Pepe a Flaibano. Fantoni propone anche una serie di controsoffitti acustici in legno decorati grazie a fresature estetiche che si possono alternare con differenti finiture di colore.

OPTIMA CANOPY A CONTROSOFFITTO

Il ristorante Liverpool Football Club (arch. 20.20 Design Limited – foto Zara Weller) trova nei pannelli acustici a controsoffitto (circa 100 mq) il tema decorativo più forte di tutto lo spazio.

Il controsoffitto in pannelli esagonali Optima Canopy di Armstrong propone un tema

decorativo interessante: gli esagoni bianchi contrastano con il resto del soffitto di colore scuro e in alcuni casi contengono i corpi illuminanti a spot. I pannelli si concentrano in corrispondenza dei tavoli in modo da assorbire il vociere dei commensali sottostanti mentre si diradano nelle zone più silenziose di passaggio.



www.armstrong.it



Nel ristorante Pane e Acqua i materiali fonoassorbenti si trasformano prendendo forme inaspettate: grandi foglie a parete, tovaglioli pendenti dal soffitto

miche offerte. Il primo intervento di correzione acustica prevedeva grandi foglie verdi applicate alla parete con una doppia funzione: una decorativa e l'altra fonoassorbente. Il materiale utilizzato, sagomato e colorato applicato al muro, è un'efficace soluzione per ammortizzare il rimbombo del locale oltre che essere un elemento moderno che richiama un piccolo giardino verticale interno. L'arte e il design sono il linguaggio sofisticato scelto per l'arredo di questo locale come la soluzione per l'isolamento acustico. Il secondo intervento è stato quello di sostituire alle grandi foglie una superficie formata da poliuretano espanso colorato a lamelle rotonde con nuance di colori della terra, dai verdi oliva ai marroni del

sottobosco. L'intervento mantiene il carattere innovativo di trasformare un materiale tecnico in una realizzazione artistica. Il poliuretano espanso colorato diventa una soluzione unica e tecnicamente molto valida, assorbendo il rumore e aumentando il comfort del ristorante in coerenza con il locale. L'altro intervento è ancora più nascosto: dal soffitto pendono grandi tovaglioli bianchi arrotolati che creano un'installazione scenografica molto interessante. A una prima analisi sembrerebbe una scelta puramente decorativa che richiama l'ambiente della tavola. In verità si tratta di materiale fonoassorbente bianco completamente mimetizzato, che scompare all'interno dei coni formati dal tessuto».

Quality

MAGAZINE



Con l'App Foodhospitality Quality Magazine è più digital

L'App Foodhospitality è l'edicola digitale delle pubblicazioni dell'area Food, Horeca e Retail (Quality Magazine e Mixer, Beverage & Grocery, NL Nightlife), da leggere su smartphone e tablet Android e iOS.

L'App Foodhospitality costituisce un passo avanti di Fiera Milano Media nella transizione verso l'editoria digitale e l'integrazione delle attività web con le pubblicazioni per dispositivi mobili. Grazie alle funzionalità inserite nell'App, ciascun articolo può essere archiviato, sottolineato, evidenziato, commentato e condiviso nella propria rete social (Facebook e Twitter).

Non resta che collegarsi con il proprio smartphone o tablet, scaricare la App Foodhospitality.



FH magazines





È il più nobile e antico vitigno a bacca nera del Piemonte, e probabilmente anche d'Italia. Una varietà che sta alla base di vini celebri come Barolo e Barbaresco e anche di una serie di denominazioni d'origine minori, tutte da scoprire.

U DI NICOLÒ REGAZZONI
na varietà d'uva che spesso è ancora sinonimo di vini dal colore un po' scarico e dal gusto ruvido e tannico, soprattutto in giovinezza. In realtà, se si è disposti a lasciare da parte i luoghi comuni, oggi più che mai il Nebbiolo è capace di offrire piacevoli sorprese, che non comprendono necessariamente solo grandi vini come Barolo e Barbaresco. Questi cambiamenti hanno alle spalle una serie di importanti innovazioni viticole ed enologiche, come per esempio riduzioni drastiche delle rese in vigna, vinificazioni separate dei singoli cru, utilizzo di rotomaceratori (che ri-



ducono il tempo delle macerazioni a contatto con bucce), affinamento in barrique e utilizzo di contenitori refrigerati in acciaio. Ma non solo: il Nebbiolo, pur continuando ad essere coltivato in territori ben delimitati, sta uscendo dagli stretti confini della tradizione piemontese e ha iniziato a confrontarsi con le richieste del mercato globale e con le esperienze di denominazioni relativamente ancora poco conosciute.

TRA QUESTE LE PIEMONTESE Docg Gattinara (provincia di Vercelli), Docg Ghemme (Novara) e Doc Bramaterra (Doc e Vercelli), che nel loro uvaggio contemplan tutte in percentuale variabile l'utilizzo di varietà Nebbiolo. Senza dimenticare l'interessantissima Doc valdostana Donnas, il cui omonimo vino viene addirittura chiamato "il fratello montano del Barolo", ottenuto vinificando un minimo di 85% di uve Picotendro (nome locale della varietà Nebbiolo). Questa ampia gamma di etichette, tuttavia, presenta caratteristiche organolettiche estremamente variabili e posizionamenti di prezzo molto diversi: di conseguenza è molto difficile utilizzare la denominazione varietale per suggerire un minimo comun denominatore agli occhi dei consumatori. I vini a base Nebbiolo, dunque, riescono a soddisfare molteplici aspettative da parte dei consumatori, ma non potranno mai presentarsi sul mercato con un'immagine unitaria e coerente. Una caratteristica, quest'ultima, che sicuramente rappresenta un ostacolo all'esportazione delle denominazioni meno importanti, ma che allo stesso tempo nasconde tante opportunità ancora tutte da sfruttare.



**BAVA
GIONSON
PIEMONTE DOC**

www.bava.com

Prodotto da uve Nebbiolo in purezza, sprigiona profumi di spezie, petali di rosa, tè, frutti rossi e un leggero fumé. Al palato, invece, si avvertono tannini particolarmente dolci. È un vino potente e allo stesso tempo bevibile e piacevole, lasciato fermentare sei giorni assieme alle bucce e successivamente affinato in acciaio.

Abbinamenti

Primi piatti asciutti, e in particolare pasta con il tartufo

**CANTALUPO
ANNO PRIMO
GHEMME DOCG**

www.cantalupo.net

Prodotto da sole uve Nebbiolo e lasciato affinare venti mesi in botti di rovere prima dell'imbottigliamento. Ha profumi molto intensi e persistenti, che spaziano dalla viola alla rosa appassita e al sentore di lampone, mentre il gusto è secco, giustamente tannico e caldo di corpo. Va servito in ampi calici, avendo cura dell'ossigenazione.

Abbinamenti

Grigliate ed arrostiti, carni rosse brasate o stufate, cacciagione e formaggi a pasta dura stravecchi



**CANTINA GALLURA
KARANA
COLLI DEL LIMBARA IGT**

www.cantinagallura.net

Uvaggio di varietà Nebbiolo (90%), Sangiovese e Caricagiola. Al naso si presenta con profumi ampi e persistenti, bouquet vinoso, fragrante e sentori di piccoli frutti maturi. Il gusto è asciutto, pieno, morbido, strutturato, ben equilibrato tra acidi e tannini. Stappare almeno 30 minuti prima del servizio.

Abbinamenti

Primi piatti saporiti, grigliate, arrostiti, formaggio pecorino sardo



**CERETTO
BERNARDINA
NEBBIOLO D'ALBA DOC**

www.ceretto.com

Profumo delicato che ricorda la viola, e che si accentua e si perfeziona con l'invecchiamento. Sapore asciutto, vellutato ed armonico che si accompagna ad un buon corpo. Lo si ottiene ricorrendo alla classica fermentazione a cappello emerso in vasche d'acciaio. Disponibile anche in bottiglie di grandi formati (fino a 5 litri).

Abbinamenti

Primi piatti al ragù, risotti con selvaggina, arrostiti e grigliate, formaggi a media stagionatura



LA PALAZZINA

BRAMATERRA RISERVA DOC

www.bramaterralapalazzina.com
 Uvaggio di Nebbiolo (70%), Croatina, Vespolina e Uva rara. Profumi di frutta rossa, ciliegia e viola, con sapore di buona struttura, equilibrato, accompagnato da sensazioni acidule ed eteree. Ogni varietà segue separatamente le varie fasi di vinificazione, con macerazioni in vasche d'acciaio e affinamento di 48 mesi in botti di rovere, tonneau e barrique.

Abbinamenti

Risotti, carni, selvaggina, salumi e formaggi

FAY

CÀ MORÉI

VAITELLINA SUPERIORE VALGELLA DOCG

www.vinifay.it

L'uva, 100% Nebbiolo, è stata vendemmiata nella seconda metà di ottobre. Dopo la spremitura il mosto è stato fatto fermentare in vasca d'acciaio per due settimane, con macerazione di sette giorni.

Segue fermentazione malolattica e maturazione per 12 mesi in barrique. Delicato all'olfatto, ha un sapore secco, armonico e rotondo.

Abbinamenti

Pizzoccheri, carni rosse, bresaola e violino di capra, formaggi stagionati



**RENATO RATTI
MARCENASCO
BAROLO DOCG**

www.renatoratti.com

Le uve utilizzate per produrre questo Barolo provengono dal primo vigneto acquistato da Renato Ratti, nel 1965. Il vino, ottenuto da sole uve Nebbiolo, si presenta con un bel colore rosso granato, un piacevole profumo di liquirizia e tabacco, e gusto pieno ed elegante. Si presta a un lunghissimo invecchiamento.

Abbinamenti

Carni rosse allo spiedo e alla griglia, cacciagione, formaggi stagionati



**PRODUTTORI DEL
BARBARESCO**

BARBARESCO DOCG

www.produttoriidelbarbaresco.com

Vino da uve Nebbiolo in purezza fatto fermentare in acciaio e successivamente invecchiato per 24 mesi in grandi botti di Rovere. Al naso si avvertono sentori di frutta rossa e spezie, che con il passare degli anni tendono ad aprirsi. Al palato tannini potenti, con un finale persistente. Da bersi non prima di 4/8 anni dalla vendemmia.

Abbinamenti

Paste all'uovo, risotti, piatti di carne e selvaggina

ghiacciato,
ti conquista.

-20°C



l'essenza del desiderio.

Amaro italiano

Le ricette originali che affondano le radici nella storia dell'erboristeria e la varietà di erbe officinali, che ne esaltano i profumi e i sapori, lo rendono il dopo pasto per eccellenza. Da servire liscio, con ghiaccio o con scorza di limone

F.LLI AVERNA **AMARO AVERNA**

Amaro Averna nasce dall'infusione di erbe, radici e agrumi, secondo una ricetta del 1868 ancora oggi segreta.

Vellutato al palato, Averna ha un gusto rotondo e avvolgente e un profumo delicatamente agrumato che ricorda le calde terre di Sicilia. Un prodotto inimitabile e dall'equilibrio dolce-amaro. Un liquore perfetto da gustare puro ma non solo. Amaro Averna si caratterizza infatti per un'eccellente mixability grazie alla sua formula armoniosa e bilanciata.

www.amaroverna.it



CASONI **BRÀULIO**

Bràulio è l'amaro alpino per nascita. Le sue 13 erbe aromatiche, l'acqua di montagna e l'invecchiamento in botti di rovere nelle cantine di Bormio lo legano indissolubilmente al territorio e ne fanno un prodotto fortemente riconoscibile.

Amaro Bràulio è piacevole da sorseggiare - la gradazione alcolica è di 21 gradi - ha corpo pieno e forte identità. Si caratterizza per il colore ambrato, per il gusto avvolgente ed equilibrato, fresco ma molto speziato, e per il bouquet aromatico inconfondibile. L'unicità di Amaro Bràulio è data soprattutto dalle erbe naturali - tra cui l'Achillea moscata, la Genziana e il Ginepro - che nel momento della degustazione sono chiaramente percepibili al gusto.

www.amarobraulio.com



LUCANO 1894 **AMARO LUCANO**

È il risultato della sapiente miscelazione di più di 30 erbe officinali. Tra queste ricordiamo l'Assenzio che favorisce la digestione agendo sullo stomaco e sul fegato conservando proprietà antisettiche e aromatizzanti; l'Angelica, detta anche l'erba degli angeli per le proprietà benefiche, toniche e calmanti; il Sambuco che aiuta l'apparato circolatorio ed è depurativo; la Genziana, ideale per aiutare la digestione dopo un pasto abbondante; la Ruta, che conserva proprietà antispasmodiche e distensive e l'Aloe, che ha effetti antimicotici, antianemici e antinfiammatori, stimolando anche la rigenerazione e il rinnovamento cellulare, rallentandone l'invecchiamento.

www.amarolucano.it



DISTILLERIA BONOLLO UMBERTO **AMARO OF**

Nasce dall'infusione di erbe aromatiche e balsamiche con la Grappa Of Amarone Barrique e rappresenta un'esperienza sensoriale esclusiva, oltre che inedita. È anche il risultato della ricerca e dell'innovazione della storica distilleria padovana. L'Amaro Of presenta fresche tonalità agrumate che lasciano poi spazio alle più tipiche note erboristiche ed evolvono nei sentori caldi e intensi caratteristici della Grappa Of Amarone Barrique, la grappa che a sua volta ha rappresentato un'evoluzione della grappa.

www.bonollo.it



DISTILLERIA F.LLI CAFFO
VECCHIO AMARO DEL CAPO

Da servire ghiacciato a -15°C, in bocca la sensazione di calore lascia presto spazio a una moderata freschezza, non superata dalla leggera sensazione piccante. Il discreto corpo di questo amaro esalta una dolcezza contenuta ma netta che domina l'amaro. L'aroma è di buona intensità, con un ottimo equilibrio tra le note floreali e fruttate (limone e buccia d'arancia) e i toni vegetali e speziati (note balsamiche, ginger), leggermente dominanti.

www.caffo.com



F.LLI BRANCA DISTILLERIE
FERNET-BRANCA

La ricetta di questa miscela di 27 erbe, spezie e radici provenienti da quattro continenti nasce nel 1845. Il percorso gustativo di questo storico amaro digestivo passa per tre fasi.

Un primo sorso da riscaldare in bocca per qualche secondo scopre le note amare del Colombo e dell'Aloe, e l'inconfondibile nota della Genziana. Un secondo sorso rivela l'inconfondibile gusto speziato della Zedoaria ed il corpo pieno della Camomilla. Al terzo sorso prevale la nota amara bilanciata dal retrogusto speziato della Mirra.

www.fernetbranca.com



VIGNA AI SASSI
FRESCO AMARO

È frutto di una ricetta originale, basata sull'utilizzo di erbe purissime e spezie, che conferiscono un sapore deciso e sapido, arricchita e nobilitata dall'acquavite d'uva. Amaro elegante, dal gusto fresco e deciso, equilibrato e gradevole per tutti i palati, è ideale da assaporare ghiacciato o con ghiaccio dopo i pasti.

Ben undici erbe compongono questo liquore: il Rabarbaro, che ha elevate proprietà digestive, la Genziana, l'Assenzio, che ha proprietà amaro-toniche e digestive, l'Achillea millefoglie, la Menta, l'Arancia amara e dolce, la Centaurea minore, dall'intenso sapore amaro, la Camomilla romana, il Timo e la Piantaggine.

www.santannacatering.it



PERNOD RICARD
AMARO RAMAZZOTTI

Le principali componenti del gusto di questo amaro nato nel 1815 sono le arance dolci di Sicilia, le arance amare di Curaçao, l'anice stellato e il cardamomo, ma sono 33 in tutto le erbe e radici che ne compongono la ricetta.

Al gusto si presenta corposo, con un retrogusto gradevolmente amaro e lascia una piacevole persistenza in bocca.

L'Amaro Ramazzotti ha ottenuto il marchio Sapore dell'Anno, attribuito ai prodotti alimentari testati direttamente dai consumatori in laboratori specializzati in analisi sensoriale e giudicati di ottimo sapore.

www.ramazottiti.it



Mixer Planet

IL SITO DELL'OSPITALITÀ A 360°

www.mixerplanet.com



IL PIANETA
HORECA
HA UN NUOVO
PUNTO DI
RIFERIMENTO
ONLINE



Anno XIV n. 79

Qualitaly

MAGAZINE

febbraio-marzo 2014

Direttore responsabile
Francesca Pulitanò

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

**Gestione Editoriale,
commerciale e amministrativa**



FIERA MILANO MEDIA S.p.A.

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

In redazione
Vicecaporedattore David Migliori 02.4997.6556
david.migliori@fieramilanomediamedia.it

Maria Elena Dipace 02.4997.6554
mariaelena.dipace@fieramilanomediamedia.it

Carmela Ignaccolo 02.4997.6555
carmela.ignaccolo@fieramilanomediamedia.it

Progetto Grafico Luca Ballirò

Grafica e progetti speciali 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

Pubblicità
Sales Manager Giorgio Lomuoio 02 4997 7383
giorgio.lomuoio@fieramilanomediamedia.it

Key Account Marco Fumagalli 02 4997 6033
marco.fumagalli@fieramilanomediamedia.it
Chiara Donini 02 4997 6547
chiara.donini@fieramilanomediamedia.it
Lombardia: Piera Pisati 02 4997 6548
piera.pisati@fieramilanomediamedia.it

Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia:
Mondo Media Srl - Tel. 0458006369 - info@mondomediasrl.it
Sicilia e Calabria: ADV Maiora - Tel. 0916115260 - info@advmaiora.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 Giardini s.r.l.
Via G. Di Vittorio, 30 - 20090 Pantigliate (MI)

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



**FIERA MILANO
MEDIA**



Qualitaly

MAGAZINE

AT PAGE 1

A year of good ideas

by Francesca Pulitanò

A new year has just begun, and here is our first number of 2014. First of all, greetings, which I believe is right to keep within the limits of sobriety. Any person conducting a business recovery, which is reborn from the desire to dare, to consume, to earn a new stability to be short, actors in a revival based on the enthusiasm and confidence in the future.

Even if it sounds too much... let's try something within our reach, and the suggestion is to focus on people, the quality of which sometimes can make the difference.

Hence the idea to devote ample space to one of the crucial figures of the restoration, namely that of the waiter, on which in fact we have modeled a large depth, ranging from profiles more closely related to the activity in the room to those relating to the technical and legal contract of employment.

On the more strictly related to food, once again the focus is on pins flavors unique to our culture: the unique ones, Grana Padano cheese and balsamic

vinegar.

Apparently, foods with no secrets, for those accustomed to seeing them in the pantry and on their table. Simple seasonings? Flavor enhancers or more elements so intrusive as to cover the original taste of food? Here, too, is the sovereign rating... what is certain is that versatility is a character common to them, and it is not surprising that the ability of the chef can turn them into real courses with individuality and autonomy.

However, if there is still some undiscovered secret, you'll find revealed in the pages in front of you. Now let's sit down at the restaurant table and listen: the impact will be very different depending on where we are.

It is said - and maybe it is not only a common place - that in Italy the hum of voices of the patrons is a lot higher volume compared to what happens in other parts of the world. Sometimes, to be honest, it happens to criticize a local because it is too noisy.

The solution may be twofold: either change our way of being, but that does not seem so easy, or find the most suitable system to drown out the noise in the room.

We tried to test ourselves on this second front, and we present here the results of our investigation.

Anyway, as you know, our angle of vision extends far beyond the service

in the hall, coming to look around the 'operational centers' of the restaurants in the heart, activity, in which you play the success of the exercise: the kitchen, of course.

And the kitchen is the place where you perfected the combination of the quality of the raw materials used and the skill of the chef.

Rule number one: serving fresh foods. And for this to happen, it must also be optimal preservation technique.

In domestic kitchens and, a fortiori, those in professional, plays an important role refrigerator, whose proper functioning is an essential condition for the success of all the service: this appliance we have reserved the section 'In the kitchen', with particular about the low consumption models, to optimize costs on the side of the restaurant.

Celebrating Thus, the arrival of 2014 with a whirl of good ideas, simple tips to make the most of the potential of each segment of the restaurant business, gets the perfect balance between maximum efficiency and cost containment.

A toast to new projects with one of the great classics of the wines, Nebbiolo, and we conclude the meal with a good Italian bitter, as well as ends, with pages dedicated to the two giants of the newly appointed board, the number of this two-month period. Happy New Year to everyone!



AT PAGE 3

Stronger cooperative, more secure customers

by Italo Nebiolo, president of CIC

The New Year has begun bringing with it some good news. According to all the economic indicators the recession is over and the driver of the recovery has begun to turn.

At the least, it is true, but the light at the end of the tunnel begins to dawn. And this is a great comfort. The less positive news is that the effects on the economy and society will not be immediate. In particular, in order to have benefits on the labor market - unemployment laws - and consumption we will have to wait until 2016. That said it still means two years of suffering.

If we consider that the annualized GDP compared to 2007 fell by 9 %, and that many consumption are considerably arrears, we can get an idea of the hard work that lies ahead. In our specific sector of the restoration, in 2012, went out of business between 23,000 local bars and restaurants, with a negative balance of 7,000 local, given that 16,000 have been those that have opened. And nothing suggests that in 2013, final data will be better. This means that the market is changing, that the fringe are coming and that they are entering a new one.

For our Cooperative 2013 was a positive year-end. The action of selection and qualification of the products on the supply side and closeness and support to our customers (as well as careful selection) on the side of the relationship has enabled us to gain market share at the expense of some competition forced to cease their activities. As well as proper management of financial flows has allowed us to pass unharmed through the heavy turbulence of these years of crisis, with the understanding that any remedial work we do has a positive impact on our customers, which can be found in CIC continuity of service and of conditions.

The cooperative organization that we have built together over the long years of work is a living entity and constantly evolving. The dynamics of the cooperative enterprise makes sure that each member gives his contribution and achieve value, following logic of

customer-supplier, but as an integral part of the cooperative, which must operate as unique oriented goals common to all members. Common goals, which, as I have said on other occasions, are the ones to deliver value to our customers, restaurateurs, so that they can work with the peace of mind of having the partners behind suppliers who share the same passion for the job and are able to support them in every time.

AT PAGE 6

News

CIC Meeting, the newness of spring

The regular meeting of the Cooperative Italian catering trade took place in early February 2013 confirming the results of closure improvement compared to 2012, despite a year of great suffering in the market.

There are several new features that will soon be available to customers. In particular, these new formats of flour for pizza brand Qualitaly, a new format of vinegar in 1 liter in Pet of white wine and red label Tavola Viva in place of glass, and new developments relating to dairy products. The occasion was also useful to present the wide range of cuts of mutton and lamb for Easter celebrations. But not only the products we talked about.

Within the field of dry products it has been developed a new method of procurement that allows you to have greater control over quality product, reduce supply chain costs by streamlining accordingly. In the field of negative temperature was reiterated, again for the sake of improving the supply chain, the need to respect the booking floor purchases.

In closing the meeting, the Vice-President Salvatore Zanobi expressed, in view of the forthcoming renewal of the board, the decision not to reapply for the turnover favor with the younger ones, earning a round of applause from all present.

The Italians promote the espresso but not in the restaurant

A recent survey on the choices, habits and profile of the consumer of coffee,

turning to openly account for Italian Espresso National Institute and the International Institute of Coffee Tasters, showed that all consumers promotes the coffee at the bar, although judgment in terms of the respondents are poorly able to assess the quality of the coffee. There is a slight predominance of those who speak of an improvement compared to those reporting a worsening of espresso at the bar, but 74 % did not commit itself to the question whether what is currently drinking more or less good than in the past. A sore point for considering drank coffee at the restaurant. Almost 60 % believe that at the restaurant is worse than that consumed at the bar (40% "a little 'worse," 19% " much worse "). There is still much work to be done, then, since all the marketing experts stress the importance to be given to the cafe, " the last thing he remembers the meal eaten at the restaurant."

Expo 2015 effect on employment

According to research SDA Bocconi sponsored by the Chamber of Commerce of Milan, in fact, the Expo will create 191 thousand jobs, of which 102,500 in the province of Milan, 26,600 in the rest of Lombardy and about 62 thousand in other areas of the country. Throughout the 2012-2020 horizon will be more jobs in tourism and catering (39,400 units). Followed by business services (33,800 employees) and industry (28,700 units). In the preparatory phase of the event is the construction industry to absorb the majority of jobs (12,500 units). But during the course of the Expo the greatest impact employment will be right on tourism and catering.

Lawlessness and illegal, the face of unfair competition

The phenomenon of counterfeiting and illegality in business and administration penalizes legitimate traders, subtracting about 17.2 billion-euro economy clean. The topic was the focus of a meeting organized by Confcommercio the presence of the Minister of the Interior Angelino Alfano, who has proposed the establishment of a task force composed of the Ministry of Interior, police and Confcommercio accompanied by the signing of a memorandum framework

in which to place protocols sector and territory. Specifically catering, according to the Center for Studies Fipe, competition sleala coast only to bars and restaurants of EUR 5.2 billion and calls into question the survival of more than 27 thousand companies in the sector. The higher value of the market abuse is carried out by the administration of food and drinks made in the 25 000 sports clubs and cultural activities for an amount of € 2.7 billion. Closely followed false cottages for a value of € 1.6 billion. To these figures must be added the half a billion Euros generated by the restoration of over 27 thousand pseudo festivals that take place every year in our country with a shortfall of revenue amounting to two billion Euros. In our country, four out of five firms (82, 4%) consider themselves damaged by the action of lawlessness and trade mechanisms outside the rules, phenomena that are more pronounced in the Central and Southern Italy, finds a survey conducted by Confcommercio in collaboration with Format.

Success in pizzeria with McCain

Pizza and beer: the classic Italian favorite dishes of today can be rethought to give greater weight to the receipt and enrich the offer. The suggestions come from McCain, the leader in the frozen potato, which has identified a number of opportunities in the world starting from the pizzeria, trends and opportunities in out of home consumption. Appetizer to begin with. If the place is crowded and the wait times are long pizza the winning move is to entertain guests by offering tempting to try whims: bell pepper rings or onions, diced broccoli, mozzarella sticks and many other tasty products to choose from in the set McCain. With the right presentation, in portions to share, you will find the right balance between customer satisfaction and increased profitability for the local. The menu offers. The combination pizza + chips may be the solution to offset the less busy days, with attractive promotions and cost-effective. Choosing the right potato plays an important role: McCain provides important benefits to yield to the plate and, thanks to the rich and variety of cuts and shapes, you

can create rich and inviting portions keeping costs under control. Offer distinctive, unique recipes. The traditional pizza, the house specialty, the rich, the "patatose" : segmenting the offer can help the customer to choose and at the same time allows you to highlight proposals with higher profit margins. The guide for McCain pizzerias in electronic format may be required to infofoodservice@mccain.it

AT PAGE 8

Shared logistics, to grow together

Siqur and CDC entered into an innovative agreement, both for content and for the manner in which they carry out

Being part of CIC means more than having the ability to obtain better prices when purchasing means creating relationships - personal, professional even before - that may contribute to the mutual development, finding synergies, share expertise... One example is the recent agreement signed between Siqur, one of the founders of Cooperativa Italian Catering and CDC - Regional Distribution Center, associated more recently, but it has now been able to do treasure the spirit of cohesion that exists between the members. With the beginning of the year, in fact, the two companies have entered into a partnership under which CDC and Siqur have entrusted the management of the logistics part about the food of their activities in a cooperative services that they form (as CDC continue to deal directly with the detergent). "It was not - explains Nicola Levorato of Siqur - an agreement signed by nothing but the culmination of a long and gradual process, which began to materialize when, at the end of 2012, we decided on the change of venue. I think the interesting innovation is the contribution to the cost, depending on the turnover of the two companies." "Human resources, experience and collaboration - said Enrico Miola, director of CDC - Have made us able to

cover almost all sectors of the market and our vast neighboring areas, thanks to a well-organized logistics. There is still to be improved and this is pleasing to all of us.

That's why we decided to create this synergy with Siqur. Why questioning, addressing the markets together, share experiences, give their own experiences, not only means giving greater capacity to their companies but give the market a collaborative education."

There are several factors that have facilitated this agreement, first of all staff understanding between executives of the two companies, then the territorial proximity: Siqur work in the province of Padua, CDC in the Vicenza and Verona.

The distance between the two areas is small, but enough for the two companies are not competitors. Finally, the two companies have different and complementary core business and, consequently, to share expertise: Siqur, specialized in alimentary area, has expanded its offering to detergents; while CDC, more experienced in the management of cleaning products, only at a later time it faces the world of food. From a practical point of view, to improve the management of orders, the computer systems of the two companies are connected, so that each order received from the CDC agents is immediately transferred to the headquarters of Siqur, which is activated for delivery.

The advantages are numerous: for Siqur, which supported the costs of organizing the warehouse, there is the possibility of sharing the fixed costs (including staff) and variables associated with the storage and transportation of the goods, for the CDC the opportunity to manage the food while respecting its obligations with greater peace of mind, offering customers an offer much richer than the previous agreement.

It will also have the means to develop well in the food industry, giving management Gianluca Miola that contribute to the development of this idea.

SIQUR: LOOKING AHEAD TO ANTICIPATE THE MARKET

Siqur is an example of how to be a family business is not synonymous with inaction and inability to adapt to the market. This has been demonstrated as a founding member of the CIC, then expanding its offerings by providing



food to those for cleansing and complementary services, such as maintenance. The philosophy of Siquir combines the “souls” embodied Levorato the approach of the two brothers, who run it: tradition and concreteness (own Nicola) and innovation, typical of Lucio.

COMPANY CARD

Registered office: Via Gorizia 1
Vigonza (PD)
Registered office: Via Visco 7,
Limerick (PD)
Tel 049 / 504357-60
Fax 049 / 9801457
Pec siquir@legalmail.it
Turnover: 10 Million
Employees: 25 + 5 Commercial
Served Area: Padua, Venice

C.D.C. RESEARCH TO CREATE NEW QUALITY

“Begin to communicate their adventure after 28 years in business - tells Enrico Miola, owner of CDC - Always create excitement. They were hard years and uncertain. You had to experience, which is often paid with high values. We were few in the beginning, is now the staff of 23 employees. We started our adventure in the territory of the Vicentino distributing products for the hygiene and cleanliness in the restaurant industry. Today, thanks to We Italian, we entered in the fields of collective community, businesses and cleaning industry; we have created a technical department in the areas of food and machinery for cleaning floors. Associates CIC then we started to distribute food.

Research and optimization of the new that can create quality leads us always to look forward to. This means bringing to market not only products, but new ideas, new strategies, communications that can give confidence to the market and this has value, not only to ourselves retailers, but to the client, his client, to our suppliers, our employees.”

COMPANY CARD

C.D.C. snc
Registered office: Sovizzo (VI)
Phone: 0444.551900
Fax: 0444.551703

Turnover 4,900.00
Employees: 23
Mail: info@cdc-group.it
Served Area: Vicenza and Verona



AT PAGE 10

The dining room, the operating arm of the restaurant

If the kitchen is the mind, it is actually in the dining room where the business of the local gets started.

The maître has to be recovered as a reference in order to build empathetic relationships with the customer.

by Pietro Cinti

Kitchen and dining room are the two sides of the same coin. Two ingredients that must be in balance with each other, the two instruments for the success of the restaurant, which shall be accorded, playing respecting with each other's differences, but giving it a distinctive contribution to the achievement of the success that is the satisfaction of the customer.

Anyway, in times of “chef superstar,” of men who individually can embody all the factors of success of a local, the rise of the importance of the person that stays in the kitchen, as a holder of the magic formula and unrepeatability, the hall has lost its luster, fell in attention, has been reduced to a mere stage on

which the volcanic cook can deploy all his art, his personality, and why not, sometimes its complacency. Without going into the excesses cathode with cooks, often by virtue of their pretty face or a double dose of arrogance, impose themselves as messianic guru, even in restaurants that caters to a medium, it is more often the chef to occupy the scene, to be sued, to be claimed by customers. No word on the dining room service.

WORK IN HARMONY. Yet, staying in television in the Italian version of the format Hell's Kitchen starring in UK Gordon Ramsey, here we call kitchens nightmare and starred chef Antonio Cannavacciuolo, look, beard and corpulence by Bud Spencer, one of the factors of failure of a restaurant is just the lack of communication between the kitchen and dining room. Both convinced them to perform their work, both sure to have to do it “ in opposition “ to the other, with tragicomic results that you can well imagine, especially during the rush. A situation that, coming out of the television metaphor, it is more widespread than most people realize, and often has an effect on the premises of the restaurant earthquake, when the client begins to experience the hardships dictated by the poisoned atmosphere.

“And yet - says Mauro Santinato of Teamwork, from a Rimini company specializing in consulting to restaurants and hotels - in any restaurant where the kitchen is the mind, the room is on the arm. Those are two elements that must work in harmony if they want to get the desired result. Instead, too often, kitchen and dining are two worlds unto themselves, locked in their leadership and unable to feel empathy for the needs of each other. I think, as always, it's a problem of lack of professionalism: I repeat that I consider a basic concept: the restaurant is not a business that you can whip up just because they like to cook. It requires study, attention, self-denial. Only in this way you can pick up results. And I'm not just talking about the restaurants of the highest level, but also of all those mid-range.”

HOW HEAVY IS THE DINING

ROOM? It's a matter of percentages. For some professionals, the merit of success should be divided equally between the hall and the kitchen, then the canonical fifty-fifty. For others, even the most important room is the kitchen, is the company that creates the atmosphere, which interfaces with the customer, it makes him feel welcomed, collects requests and complaints.”People do not go to the restaurant to fill their belly - continues Santinato - but to live a rewarding experience from all points of view. Not only with the taste buds. Indeed, if people go to a restaurant with high expectations about the quality of what will end up on their tables, much of waiting will have to go in the room, which has to work as a perfect body with the task of making the dishes. For this reason, I believe that what is in the pot represents only 30-40% of the success of a local and that if the room is not able to work properly, even the best chefs can never be able to lift the atmosphere compromised.”

“The brigade room plays a very important role - says **Ciro Fontanesi**, professor of Alma, the most authoritative training center of Italian cuisine at an international level - that significantly affects, for better or for worse, all the catering activity. The employees that move in the room must interpret the philosophy of the restaurant. They must embody it. In addition, in a few moments they must understand the psychology of the customer, his tastes, the points on which to leverage to build a proactive

relationship and which ones to avoid. Also, the brigade is the room that should dictate the timing of the output of the food and service, very important element in the evaluation of an experience at the restaurant. According to our findings, the meal must be contained in a space of time between the time and the hour and a half, avoiding downtime too long without pressing the diners.”

MAITRE, CHEF DE RANG, are nineteenth-century figures that seem to find no place in the restaurant today. The cost-cutting management has decimated these skills, which remain alive only in the premises of the highest level. In all other is the walk of the chef, who goes in person at the tables, the maximum degree of empathy that you can find. Of course, part of the fall from grace of the **maitre** is determined by the attitude of the staff of the same room, sometimes too concentrated in their role and in their bombast to be really friendly and able to respond to customer requests today. Perhaps they are more concrete and less attentive to empty formulas, devoid of content and traditional customs are always understood by most. The **maitre** today must evolve into a more modern management techniques that manipulate and know the basics of all business functions and knows marketing.” The figure of the **maitre** is very important - continues **Fontanesi** - especially in catering of high and very high range. It can not therefore remain anchored in patterns of the past, but evolve in line with the times. Today the chef shows some overexposure, it is the center of attention: however many cooks, though talented, are unable for various reasons to weave a proper relationship with the client, which must be mediated by a figure of reference. In our courses, we expect an educational activity 60 hours devoted to issues of the hall (reception, *mise en place*, the relationship with the customer). Our idea is that we need to know the basics to be able to express classical concepts of modernity.”

DINING ROOM: FROM COST TO INVESTMENT

“Yet today - said Santinato - 85% of waiters carrying plates are simple, devoid of empathy, customer focus, ability to sell and make a suggestion, serve merely doing little damage as possible, maybe a smile, maybe being kind but that's all. Instead a room is

composed of well-trained professionals who know how to perform their job well, they are able to capture a few details from the customer psychology and, thus, to better interpret the service. Often, when I ask a waiter to describe the dish, adding a further question, namely whether the waiter himself has tasted the dish. Well, 95% of respondents answered me “not.” Of course if the waiter has not tasted the dish, he has been instructed by the chef at a briefing, he could not tell, do not feel that dish as their own and not be able to communicate properly to the client, with poor sales results. A room well formed and structured - continues consultant - not a cost to deal with, but it is an investment. Having professional waiters, able to take the controls correctly and are able to interpret the psychology of the customer, can make it rise by 10% turnover of the restaurant. Let's take, for example, the desserts: many clients go to the restaurant to taste the delicious dessert, but come to this part of the meal already satiated. In this case, the common question, “Do you want something else?” “ is ineffective and desserts remain in the kitchen. It would be much better if the waiter knows how to make a description of “emotional”, able to tickle the palate and the heart of the diners.”

KEYWORDS

How to have an efficient room?

Whether it's of high-class restaurants, a pizzeria that 's doorstep, develop these five steps can help to improve the relationship between kitchen and table service

TRAINING No zombie waiters, waiters or runner, fast but unable to communicate and sell. They, too, can become instruments of sale.

INVOLVEMENT Briefing to define common strategies between kitchen and dining room, including the dishes of the day

FEEDBACK Debriefing is very important to put on the table the strengths and weaknesses in the relationship between living room and kitchen and in the results.

ANALYSIS gives a clearer frame of developments in the service.

Goals define the points to be pursued in order to overcome the difficulties together.

THE RESTAURANT

Pipero to Rex, a successful alchemy One of the temples of modern Roman at the table, one of the locals who is



pursuing a serious work of revival of the tradition is the restaurant at the Rex Pipero that, without any loophole it easy concession to the customer, restorative landscape is emerging in the capital. Pipero about Alexander, Man of the hall and the pivot of the Roman restaurant, one of the few, perhaps the only one in Italy, taking its name from the maître and chef “When I opened the restaurant in my name - explains Pipero - many people thought I was crazy, I was told that without a chef to cry I had failed. Well, in the past three years I have changed three chefs, but my success has been growing; signal, this, that there is something else besides the kitchen, which argues in favor of the client to a local or another.

Today, the main problem is the lack of identity. Many restaurants are not able to create one, or in the kitchen, or in the room. I think, in a landscape rather flattened, who is able to give a clear imprint in what he is doing is successful. Certainly, if you do not have the right skills in the room and if there is a good relationship between osmotic room and kitchen, this magical alchemy is impossible.”

Pipero puts real passion into his work. “I carry one of the most beautiful things in the world - he concludes - every night I make a trip through the five continents, I have the opportunity to confront clients of many cultures and to create a relationship that enriches both.

I would never change what I do with the profession of the cook, to be man

of the room must have broad and deep expertise, ability to interact with others, quickly and accurately.”

IN THE U.S., THE HALL HAS

A dish prepared by the chef does not like the waiters who refuse to put it in the menu. That's science fiction in Italy, and normality in restaurants with stars and stripes, at least in those of high rank.”

The brigade hall - says Mauro Santinato Teamworks - makes a judgment about the dishes that will go into the menu and offers his point of view mediating the chef's creativity with the demands of the customers.

If a plate does not pass this judgment, it is not included in the paper.

AT PAGE 16

Grana Padano DOP excellent

A versatile product, known and appreciated all over the world, giving the best of themselves to the table, but also allows you to make room in the kitchen wing creativity of the chef. Thanks also to the three variants of seasoning.

By Mariella Boni

It is a pride of Italian food production as well as being the most exported product dop in the world. Grana Padano DOP is one of the gastronomic excellence of Made in Italy, for centuries produced in a limited area in 32 provinces in the north of Italy. A high quality cheese that is still produced according to a centuries-old traditional method, but according to the latest rules established by a rigorous discipline that ensures the area of origin, quality, methods of production and aging. Just the seasoning is an important element of product differentiation and meets the different needs of culinary and gastronomic of consumers and culinary professionals.

THREE ages. The grana padano fact is marketed in three different ages. The younger ages 9 to 16 months and is great as a meal because of its delicate flavor, reminiscent of the milk has a soft straw-colored clear and it still has the typical structure of “ grain.” It is an ideal seasoning to make gratins and sauces, or use shredded or flaked of Carpaccio and salads. The next level is that of Grana Padano with over 16 months of seasoning. In these forms the dough takes a slightly more intense straw-yellow color, which already exhibits the typical granular structure and the flings fracture, the taste is more flavorful, with a scent reminiscent of nuts and hay and, although suitable for grating or consumption by meal, it is very suitable for the preparation of meat, vegetables and omelets. Finally, the Grana Padano Riserva, which undergoes a maturation of at least 20 months maturation, which gives the product the final structure, lashes; taste more and more rich and full, with aromas reminiscent of butter, hay and dried fruit. Grana Padano DOP cheese and Reserve is shown as a table cheese, maybe with nuts, fruits and pickles. A Grana “taylor made”, which the chef may well, be called the best ambassadors in the Italian market (which sees the trend growth in consumption) than on the stranger, to which the Consortium of producers bit much for development.

THEY ARE ACTUALLY THE COOKS, with their recipes and creativity to highlight the versatility of the product. Not surprisingly, the Consortium has published the book “Cutting Tailoring - 28 chefs interpret Grana Padano”, where chefs cry damage their culinary interpretation of the product: Grana

Padano from cookie dough with egg white with sepia Carlo Cracco tortelli onion and Grana Padano cheese infused with squid Carpaccio Enrico Bartolini, the Polenta with milk and croissant at the Grana Padano Emanuele Scarello, just to name a few.

It is interesting to discover that, for versatility and quality, Grana Padano is appreciated even if there are strong and different dairy traditions. This is confirmed, for example Vincenzo Murgia Food Sardo Group, a leading distributor CIC Co - Italian catering in the territory of Sardinia and Corsica."

Despite the Sardinian culture for sheep cheese, Grana Padano cheese is one of the most purchased and as far as I know, is mainly used to flavor dishes at the tables.

As for the format type purchased, there are those who prefer to take the whole shape and who quarters or eighths (about 4 pounds), to manage them more easily. In any case, it really is very much appreciated, including cheese, in packages of pounds, because of restorative practices for quick use. Only caution: Save the boxes properly sealed in the refrigerator."

Different situation in Emilia Romagna, according Salsocarni Salsomaggiore, "Here - says Carolina Toscani - we are in the area of production of Parmigiano Reggiano, the favorite food of the area. But it is enough to have customers who are about forty miles away and already we see the orientation to buy Grana Padano, usually in denominations of 4-5 pounds, a great product that also has a slightly lower price than the Parmesan."

Salsocarni S.r.l.

Registered office Via Parma 80 43039 Salsomaggiore Terme (Pr)
Phone 0524 571451
Turnover of € 12 million
Number of employees 24 employees, 10 agents
Served area Parma, Piacenza and Reggio Emilia, Cremona, Pavia, Lodi, Modena, Bologna, Massa, La Spezia

Gruppo Alimentare Sardo S.p.A.

Industrial area north road Predda Niedda 8
07100 Sassari
tel 079 2679004
Served area: Sardinia and Corsica
Agents: 18
Employees: 30

The numbers of Grana Padano DOP

Production in 2013 and 4 million 571 thousand forms
Export 2013 + 4 % compared to 2012
Consumer sales in 2013 of EUR 3 billion
Cheese producers 147
Production Area 32 provinces

www.granapadano.it

THE PANTRY Quality

Grana Padano DOP cheese
It is obtained from the grater selected shapes of Grana Padano DOP and comes packaged in trays or 1 kg jar to allow for ready use in the kitchen or at the table.

Shapes, folded to the correct stage of ripeness, are grated and in order to preserve the best flavor and freshness, immediately packaged in a protective atmosphere. without undergoing

any process of drying and no added preservatives.

Mini-dictionary of Grana Padano

CONSORTIUM The Consortium was founded in 1954 in Desenzano del Garda, in the heart of the production of the cheese. It brings together producers, matures and retailers and ensure the maintenance of standards of quality and traditional production of Grana Padano POD.

Among the various controls, the Consortium certifies that after proper refinement, every form is individually tested to check its aroma, taste and level of maturity.

The POD Protected Designation of Origin means that the product is obtained in the area of origin and in accordance with strict quality controls, a name that Grana Padano scored in Italy in 1955 and in 1996 in Europe. This mark indicates that the Grana Padano POD is produced only in the area of the plain of the Po, in provinces ranging from Piedmont to Veneto, to Trento and the province of Piacenza.

MILK serves more than 15 liters of milk to produce one pound of Grana Padano POD. In other words, 30 g of this cheese contain a quantity of nutrients equivalent to those contained in half a liter of milk.

MARK mark that identifies Grana Padano DOP is a small lozenge seared on the forms, once they have passed the quality controls required by the product specification.

WORLD Grana Padano DOP like in the world, so much so that in a few years, exports have tripled and have sold over a million forms. To appreciate in a special way this cheese are especially the Germans, the Americans and the Swiss, the Japanese.

BIRTH 1135 is the probable birth of Grana Padano. Goes back to that distant year of the creation of the recipe for this noble cheese by the Benedictine monks of Lombardy.

NUTRIENT, 50g Grana Padano cheese is enough to make 60% of the daily-recommended daily amount of calcium for an adult.

The same dose of 50 g contains 16.5 g of protein and 14 of lipids and valuable minerals like potassium, magnesium, zinc, and iron.

SEASONING there are three possible



ages of Grana Padano DOP: 9 to 15 months, ideal for eating at the table, with a smooth texture and delicate flavor and little flavor.

We then move on to the seasoned than 16 months, full-bodied but never spicy, with notes of dried fruit and hay is great for grating or table. That brings over 20 months becomes "Reserve" (often referred to with branding). Gives the best cheese on food and is great for a wine tasting with honey, jam, and balsamic vinegar.

TERRITORY production of Grana Padano DOP must take place in the provinces of Alessandria, Asti, Cuneo, Novara, Turin, Vercelli, Bergamo, Brescia, Como, Cremona, Mantova to the left of the Po, Milan, Pavia, Sondrio, Varese, Trento, Padua, Rovigo, Treviso, Venice, Verona, Vicenza, Bologna to the right of the river Rhine, Ferrara, Forth, Piacenza and Ravenna.

TRACKING on each form is given a brand round that contains the logo Grana Padano accompanied by an identification code, which serves to associate each form to a specific production site. On the seared crust is also a four-leaf clover, which contains the code of the province, the serial number of the dairy and the indication DOP. So every form you can know where and who produced it.

AT PAGE 20

The recipe of the APCI chef

Snowflakes with black truffles on a bed of caramelized tomato basil

INGREDIENTS FOR 4 PEOPLE

g. Ricotta 400, n. 2 whole eggs, g. Black Truffle 50 g. White flour 120 g. Grated Grana Padano cheese 50 g. Grated Pecorino di Pienza 50 g. 500 Tomato diced g. 6 Basil g. 30 Extra Virgin Olive Oil, Sugar, g. Parsley 6, n. 1 knob of butter, salt - nutmeg.

PROCEDURE

In a pan put the diced tomatoes, season with olive oil, a pinch of sugar, salt and basil, mix well and put in the oven at 100 ° C for about an hour, turn the oven

off and leave it up to the time of use. In a bowl, prepare the dough with ricotta cheese, Grana Padano, Pecorino, g. 20 of coarsely chopped black truffles and two eggs add salt, a pinch of nutmeg and stir in the flour. Form small balls with the dough prepared, lightly dust with flour to prevent them sticking together and cook in boiling salted water for about two minutes, when they are ready to come to the surface from the sun.

Prepare a non-stick pan or in the microwave a basket made with Grana Padano cheese and a pinch of parsley. Enter snowflakes only with a knob of butter and a pinch of raw grated Parmesan cheese. Spread the tomato in front of the basket and garnish with slices of truffle and fresh basil leaves around the plate.

Cook Author: Andrea Fanzaghi - Parma

AT PAGE 22

The vinegar that caresses the palate

Balsamic Vinegar of Modena PGI is one of the ambassadors of Made in Italy and an ingredient used to give personality to many dishes in the kitchen, as well as, more traditionally, with the cheese. We learn how to get to know it.

by Mariella Boni

Modena is a full member of the so-called "food valley", Italian geographical area with a high concentration of agricultural food production excellence.

An area that offers valuable overview of products ranging from meats to Parmesan, from the pork knuckle, through tortellini, fruit, preserves, wines, among them, a place of honor rightfully balsamic vinegar of Modena IGP (Protected Geographical Indication).

Produced by 79 companies for most sized artisan or semi-artisan in the provinces of Modena and Reggio Emilia - the area that corresponds roughly to the borders of the ancient Ducato Estense, in which the tradition and culture of balsamic vinegar, and Traditional DOP was the IGP, it has become firmly established - is one of the typical Italian food products to

the most successful in international markets.

ACCORDING TO THE DISCIPLINARY

productive, Balsamic Vinegar of Modena is the product obtained, with particular traditional technology, musts (not less than 20%) made from grapes coming from vines precise (Lambrusco, Sangiovese, Trebbiano, Albana, Ancellotta Fortana Montuni) partially fermented and/or boiled and/or concentrated, with the addition of one part of vinegar aged for at least 10 years, in order to give the product organoleptic characteristics typical, and with the addition of vinegar only wine (at least 10%).

It should be emphasized that allowed the addition of caramel for color stability up to a maximum of 2% by volume of the finished product, while it is forbidden to add any other substance. The label of the product, there is also an indication of another component: it is the sulfur dioxide. May not be indicated on the label, if it is present in amounts less than the detectable limits or is listed "trace", less than 10 ppm (parts per million), but it should be emphasized that this is a substance naturally present in varying amounts in the product as derived from the raw materials used, must and wine vinegar note.

This is usually a product subject to a short aging period (two months), which can last up to three years for the type "aged", most sought after and therefore slightly more expensive.

VERSATILITY IN THE KITCHEN.

"In fact, the Modena balsamic vinegar IGP aged is a fine - says Antonio Bocchi of Ristogamma Rubiera, in the province of Reggio Emilia - you can not miss in our portfolio : we have three or four different aging, but not consumption are high for reasons of cost, while the type unaged caterers in our area make generous use as a condiment with cheese, but also in the kitchen. It is used on the scallops; to flavor rice or pasta, the tartar... the uses are varied. No coincidence that we formed a liter, more practical for those who have to cook and what to put on the table by 250 ml. In any case, I realized that not only are the restaurants in our area to appreciate it: since I am part of the CIC, now more than 10 years, I have found that the use of balsamic vinegar has been gradually growing in Italy, I think that's the lowest point of acidity than wine vinegar, both for its versatility on many dishes. And traveling, I happened



to see it on sale from Japan to the Americas. A good example of Made in Italy by enhancing and protecting, which qualifies those who can use it in the right way.”

The numbers of Balsamic Vinegar of Modena PGI

242 operators
79 producers (Vinegar factories)
90 million liters total volume
73 million liters volume bottled
€ 433 million turnover
92% of the export volume
Average price / liter: € 4 PGI - PGI aged 40 to €

A book dedicated to the Balsamic
It's called “A school of Balsamic”, the volume produced and distributed by the Consorzio Aceto Balsamico di Modena (editions Catering) that tells the history and secrets of Balsamic Vinegar of Modena PGI and the same is a collection of recipes developed and implemented by the students of school of Hotel Serramazzone.

A publication that offers many suggestions to best match the seasoning with the food: as a young balsamic and slightly full-bodied making better preparations of cooked foods, full-bodied one with more pronounced and prolonged aging is most appropriate for finishing dishes, such as dressing salads of vegetables and fruits, or for a touch of class to cocktails and desserts. In all, 24 of the gastronomic ideas suggested to use this product in an unusual way, revisiting cuisines of distant lands or proposing new combinations to enhance its intense notes and unmistakable.

Just one Consortium of protection

In December, the Consorzio Aceto Balsamico di Modena and the Supply Chain Consortium Balsamic Vinegar of Modena joined the intent for greater effectiveness in the activity of the protection and enhancement of the product, giving rise to the Consortium for the Protection of Balsamic Vinegar of Modena, which has 50 members representing more than 98 % of the entire production and contributes to the emergence of the fourth pole for Italian agribusiness value first and for export.

RISTOGAMMA

Via Contea, 15 / A
Rubiera (RE)
Tel. 0522 / 626 464
Mr. Antonio Bocchi
Served Area: Modena, Reggio Emilia, Bologna and Mantua
Employees: 25 employees and 11 agents
Turnover 9,5 million

AT PAGE 25

The recipe of the APCI chef

Timbale of squid and bleached octopus, Bavarian hat with tomato and broccoli.

INGREDIENTS FOR 4 PEOPLE

260 g. Squid, octopus 240 g, n. 2

sheets Gelatin; 80 g Tomato pulp, 60 g of broccoli tops; 40 g extra virgin olive oil, 20 g shallots into rings; 15 g lemon juice, 20 g Parmesan slivers, n. 2 Tablespoons of Balsamic Vinegar of Modena PGI; Salt - Pepper, n. 1 rib celery, n. 2 carrots.

PROCESS

Carefully wash the octopus and squid, to prepare a part brunoised (with celery, carrots and shallots). Cook the octopus and squid in two separate pots, switch off when is tender. Meanwhile prepare the cream of tomato emulsifying tomatoes peeled, seeds with oil, salt and pepper, add the fish gelatin, previously soaked in cold water and wrung out. Gelatin After mixing well with salt, pepper, and tomatoes, pour the mixture into a rectangular mold of steel or silicone. Forming a layer of at least 3 cm and let it cool in the fridge. After it has cooled covered with a pastry rings of the same diameter (5cm) of cylinder we're in line with the octopus and squid.

In the steel cylinders we put the first layer of Bavarian tomato and add the octopus and squid already previously served with olive oil, balsamic vinegar crimsoning, salt, pepper, and washers scalogno. End up the cylinder with the previously wilted broccoli in a pan with olive oil and garlic and put them in the fridge for 30 minutes.

Having transformed the contents of cylinders, serve on a large plate and rectangular edges without adding wool over the Parmesan and a few drops of Balsamic Vinegar of Modena PGI

Cook Author: Alfonso Crisci - Nola

(Naples)

AT PAGE 26

In the pantry

To ensure high productivity and consistent quality, blenders, mixers & Co, are indispensable!

THE SALUMERIA Qualitaly

Two cured meats typical of southern delicacies.

SALAMI VENTRICINA, made from pure pork with salt, skimmed milk powder, dextrose, spices and herbs. It is presented in two sizes: full or half from 3.3 kg to 1.6 kg bulk. Shelf Life: 120 days.

SPIANATA SPICY SALAMI, made with dough enriched with medium grinds to a substantial dose of chili. (Collagen casings, with eyelet string.) Characterized by the traditional flat shape, to clean skin. Average weight: 2.2 kg. Shelf Life: 90 days.

DRIED FRUIT

Full range of dried fruit for different uses in the kitchen and for the preparation of desserts packed in polypropylene bags with a shelf life of 12 months.

SALTED PEANUTS peeled, undamaged and crispy.

WALNUTS IN SHELL: consistency turgid, not soft and spongy.

MEDITERRANEAN PINE WORLDS whole and intact with slight scent of resinous essence and EAST PINE NUTS.

RAISINS SULTANAS of soft and spongy.

ALMOND, offered in three variants (shelled, peeled, sliced) for other uses of crunchy texture, not fibrous or spongy.

GRAIN OF ROASTED HAZELNUT AND TOASTED HAZELNUT, consistency turgid, no aftertaste.

COCONUT FLOUR of floury texture of intense flavor with no aftertaste external.

RAW PISTACHIO AND ROASTED PISTACHIO, shelled turgid and crisp.
EXOTIC MELANGE (pineapple, papaya, mango, guava, kiwi, raisins, banana) soft and spongy.

Mix of fresh grated cheese TAVOLA VIVA

Product obtained from the grating of cheese and Grana Padano.

PRODUCTION PROCESS, The shapes, reached a proper stage of ripeness, are grated, and to preserve the best flavor and freshness, immediately packaged in a protective atmosphere, without undergoing any process of drying and no added preservatives. The product does not contain genetically modified organisms.

INGREDIENTS: cheese (milk, salt, rennet), Grana Padano cheese (milk, salt, rennet, preservative, lysozyme natural egg protein) and anti-caking agent E460.

TASTING NOTES Appearance: fragments of uniform size well wide. Taste: tasty. Smell: pleasant. Color: straw yellow

PACKAGING In bowl or jar from 1000

Balsamic VINEGAR OF MODENA

Dressing made with vinegar and concentrated grape must in accordance with the product specification of the Consortium of Balsamic Vinegar of Modena IGP (see p. 22).

CHARACTERISTICS: it looks clear and bright appearance, with a deep brown color. The smell is distinctive, persistent, intense and delicate, pleasantly acetic acid. The flavor is sweet and sour, pleasant and characteristic.

SIZE is proposed in line Qualitaly bottled more in 500 ml glass and also in single-dose sachets of 5 ml. In line Round Table Live in a dark glass bottle of 500 ml.

AT PAGE 28

Fresh: quality to maintain

Too often overlooked by restaurateurs, food storage at controlled temperatures is essential both for food security and to preserve the quality of the raw material

By Rachele Agostoni

INGREDIENTS FOR 4 PEOPLE PROCEDURE

More and more chefs make fresh

product the amount of their gastronomic proposal. But it's not enough to know how to choose well, you must correctly handle fresh produce, through the application of low temperatures, which ensures both the health and hygiene safety, and the maintenance of their sensory qualities. The legislation does not provide clear guidance on the steps to be taken." The EC Regulation 852/2004 - says Marco Valerio Sarti, food technologist - does not list storage temperatures, but the principles to be pursued: the food should not be stored at temperatures that might pose a risk to health. It also specifies that the cold chain must not be interrupted."

THE JURISDICTION OF THE

TECHNOLOGIST filled with dark spots left by the legislation."Among the foods most critical - comments Sarti - there are those who do not undergo cooking before consumption: meat and fish to be eaten cooked or raw. The fruits and vegetables raw and unprocessed foods are not critical. For meat and fish, raw or cooked, it should ensure a temperature below 4 ° C, close to 0: the set-point of the refrigerator or the cell must be 1 or 2 ° C. For all other foods (milk, eggs, vegetables or fruit already processed, fresh cheese...) it is necessary to have a fridge or a well-functioning cell set at 4 ° C. Attention should be paid on the order and the prevention of refrigerators and toilet inside the cells. Food must be protected in suitable containers or protective films."

In his work as a consultant, Sarti meets several irregularities in the management of fresh in the restaurants. For example, cooking food is terminated before the service and the food are cooled and stored at room temperature only at the conclusion of the service are stored in refrigerators.

During the exposure, then, means refrigerators do not always guarantee an adequate thermal insulation, because they are made in the open and overloaded with food. Fortunately, the technology helps."The modern plants - concludes Sarti - are equipped with the requirements imposed by the legislature: the possibility of sanitation is ensured by suitable materials and rounded shapes. The main problems arise out of maintenance and regular checks. The caterers have to remember that most of the time they stop the food in refrigerators and in cells malfunctions and are poured on the

conservation of food and therefore its quality.”

HIGH PERFORMANCE AND LOW POWER CONSUMPTION.

Unfortunately, in times of crisis, many people think only about saving.” Today - says Roberto Zenobi, of Formasal - the market is divided between those who seek inexpensive equipment and how many are focused on the production of high quality. Newer models use environmentally friendly refrigerants and high performance. Often a conservative who seems a good price over time proves uneconomical because it consumes more gas because it uses or obsolesces, hard to find on the market. This means that in case of breakage; if the refrigerant is no longer available, necessarily have to replace the refrigerator.”

The reduction in consumption is a promising area of development.” We have launched a new line of refrigerators with low consumption - says Stefano Facco, Sales & Marketing Director Afinox - thickness increased, better insulation, energy saving function the night and the chance to choose between the conventional refrigerant R404, and the ‘R290 more efficient and environmentally friendly. The charge is more expensive, but it is used less because it is more efficient. Furthermore it is possible to select, depending on the product to be preserved, the degree of humidity required. We also worked on a product of the first level, to offer a viable alternative even to those who wish to spend a little ‘less purchase. We work with chefs and pastry chefs to offer products closer to the demands of the users that we realized, often underestimate the importance of the refrigerator, while conservation is crucial in the quality of the finished product.”

RELIABILITY BECOME SO a key feature.” Often the value of the goods stored - explains Glauca Vesperini, Product Manager Sagi Spa, a unit of Angelo Po - is higher than the conservative. Reliability means that these machines must be able to ensure that the temperature of food preservation even when the ambient temperature is high: in some parts of Italy (and in many foreign countries), especially in summer the temperature can exceed

kitchens 50 ° C! There is another need, which started from the north of Europe, that of energy savings. Our company adheres to Ceced Italy, an association that has decided to anticipate the future European legislation with classification efficiency. The performance of the equipment has been tested at independent laboratories IMQ. The models in the range feature recognition ECE Green Planet, Energy Rating Label.”

A conservative well designed also allows to increase the shelf life of fresh produce and to reduce waste, maintaining the quality.” We made a huge effort to get to talk directly with the end user - says Massimo Caudullo, commercial director of Coldline - to understand their needs, which adjust the equipment. Through this effort, we have created a line of devices that use the cold to simplify and speed up the work and allow rational planning of activities. They were born machines easy to use, with innovative electronics that allows implementing various functions and setting the machine according to the product that you have to keep.

Anything with attention to costs, because the power can also be adjusted according to the need. If we combine the proper use of the conservative with the demolition of the quality of the stored product temperature increases further.”

The word to the chef

Giovanni Pinto is the chef at Country Resort & Restaurant La Rocca Orvieto, 40-45 seats, plus a banquet hall for over 200 seats. In the kitchen, the supplied “cold” is made up of 5 refrigerators, cell 1, 1 freezer and a scrubber.” I take care of with great care the management of fresh and always supervise those who work with me on this aspect. Using the highest quality ingredients is important not to ruin them with a conservation wrong. The greatest difficulty is not to suffer excessive temperature changes to the products.

I’m very picky and I think it is more important to be careful about these things, because if there is a problem of food security they pay dearly. When buying a refrigerator look at the power of the compressor, which should allow you to maintain optimal temperatures even in summer.

We use the blast also very positive,

to cool the food quickly and improve conservation later.”

COLD CHAIN, KNOW IT BETTER

• The term indicates the continuity of the means employed to ensure the preservation of low-temperature heat-perishable foodstuffs, so that they can reach the final consumption while maintaining the quality standard of the original.

• Reduce the intensity of the thermal shock means to defend and preserve the quality of the food.

• The most critical moments are not those where food can be found in static conditions in refrigerators or freezers, but the phases of transformation and subsequent ones: post- baking, exposure of the buffet and thawing.

HIGH CUT WITH THREE PHOTOS Vision Coldline

As part of the Vision line of Coldline, the conservative C -80 is equipped with dual compressor and dual cooling circuit : the simultaneous operation of the two compressors provides high power for rapid cooling and intense, while at night or with a partial load, a only active compressor ensures low energy consumption and a more delicate refrigeration.

Green Planet Angelo Po

The refrigerators Green Planet Angelo Po allow you to get the maximum performance and reliability with reduced energy consumption. It ‘been calculated energy savings of up to 912 € / year.

Mekano Green Afinox

Choosing Mekano Green Afinox means enjoying a refrigerator cabinet by the high performance.

The correct sizing of the cooling system ensures optimum performance, without subjecting the built-in overload conditions; wiring, evaporators and software are protected to safeguard the refrigerator: the intelligent defrosting and evaporation of condensation avoids unnecessary efforts to machine.

AT PAGE 32

Gluten-free, sensitive to contamination

It is a growing phenomenon the one of people with celiac disease. It's a phenomenon that requires restaurant owners to raise the level of attention, in particular to avoid contamination in the process of preparation of the dishes.

By Gregori Nalon

The problem of contamination with gluten foods that lack them is a very sensitive and it is still alive the debate on how to "manage" the information that the scientific knowledge we provide. Here is a short condensed information prepared with the support of the materials produced by the Italian Celiac Association.

We can define as contamination (accidental) the addition of involuntary substance to the foodstuff/meal caused by accidental events or otherwise unwanted, and therefore not controllable. Normally contamination is conducted in the presence of traces of the substance in the product, with quantities at the limit of instrumental detection (ppm or ppb). The contamination can be distinguished:

Cross contamination (cross-contamination), defined as the possibility of contamination due to the "crossroads" of the product with the gluten-free gluten along with the entire process, from raw materials to delivery to the final consumer.

Environmental contamination, defined as the possible contamination due to improper behavior on the part of people in terms of hygiene, and environmental conditions are not perfectly under control. In giving information about this topic AIC (Italian Celiac Association) takes into account the sources of law, national and international scientific knowledge about the potential toxicity of the consumption of gluten and gluten-free foods, the precautionary principle laid down by the European Union. In addition, AIC differs depending on whether its message is aimed at

celiac and their families or operators (producers and restaurateurs).

The safety of food.

The problem of contamination is a problem that characterizes a cross food production, both in industry and in catering. In the preparation of the food contamination can be essentially of three types: chemical, biological and physical.

For example, most of the procedures applied in the production and preservation of foods are intended to prevent or reduce to below acceptable levels of contamination and proliferation of microorganisms (microbiological contamination) that can be pathogenic or involve, however, a loss or reduction of quality organoleptic characteristics of the food product.

Technologies for the production, preservation and control of food as well as food legislation, mainly aimed at maintaining the health and organoleptic quality of food, reducing, eliminating or avoiding health risks.

The EC Regulation 178 of 2002, which established the basic principles of food law, establishing the European Food Safety Authority (EFSA) and laying down procedures in matters of food safety (Annex V), in its Article 6, "Risk Analysis", he stated that "in order to achieve the general objective of a high level of protection of human life and human health, food law shall be based on risk analysis (...), "that" the risk assessment is based on the available scientific evidence and undertaken in an independent, objective and transparent" and that "the risk management takes into account the results of the risk assessment (...) and the precautionary principle."

Celiac disease and gluten free.

Gluten is found in bread, pasta, cookies, pizza and any other product containing wheat, durum wheat, spelled, rye, kamut, barley and other coarse grains. Corn and rice are among the few cereals not containing gluten. This protein, however, is used in the food industry and can also be present in various products as a result of contamination. The only treatment available is a strict gluten-free diet to follow for life. For the professional catering you need to follow some basic rules. Among these, avoid any promiscuity among the products with and without gluten, including equipment and utensils for

the two processes, prefer the fresh ones preserved, pay attention to the composition of all foods since many of these may contain traces of gluten. Finally, follow the indication of AIC, which divides foods into permits, at risk or prohibited on the basis of their nature, the ingredients and the manufacturing process.

FOOD PERMITTED. They can be eaten freely, as naturally gluten-free or not belonging to the food categories at risk for celiac disease, since in the course of their manufacturing process there is no risk of contamination. These products are not listed in the AIC Food.

FOOD AT YOUR OWN RISK. May contain gluten in excess of 20 ppm or are those at risk of contamination for which it is necessary to know and control the ingredients and the manufacturing processes. The products of these categories, if you are assessed as suitable by the AIC, are listed in the AIC Food. The AIC recommends the consumption of these foods if they are present in the Handbook or bearing the words "gluten-free".

FORBIDDEN FOODS. Contain gluten and are therefore not suitable for celiac. Such foods, of course, are not included in the Handbook. In order to have products suitable for consumption by celiac disease it is necessary for manufacturers to apply a proper plan for the control of raw materials and the finished product, it is also necessary to constantly monitor the production process, work environment, equipment, facilities and training adequately operators.

All this becomes even more important when you consider that may occur during the production, hazardous or environmental cross-contamination from gluten. Thus, the extreme, it can happen (especially for certain categories of products such as flour) and an ingredient naturally gluten-free you get a finished product (starches, flours, starches, etc.). Contaminated. If, for example, in the same mill is also worked wheat or other cereal prohibited, there is an increased risk of contamination of the finished products, for the presence of gluten in the workplace and in transport systems used.

For this reason, some categories of products, even if prepared or derived ingredients with naturally gluten-free, they are considered 'at risk'.

RULES TO BE FOLLOWED IN THE KITCHEN

CLEAN PLACE OF WORK OR EXCLUSIVE USE. It is necessary that the dishes are prepared so that they may be contact with food containing gluten. The place of manufacture of gluten-free foods must be cleaned of any residues of previous work with foods with gluten, preferably for the exclusive use of gluten-free options.

CLEAN UNIFORM SHIRTS OR DISPOSABLE. The staff, which deals with the processing of gluten-free, must wear uniforms clean and not contaminated (especially not breaded), or must be worn over the uniform in use, a disposable lab coat or apron stored in a clean cabinet.

WASH YOUR HANDS. After working with any foods that contain gluten staff must always wash your hands thoroughly.

TOOLS OR DEDICATED CLEAN. The machinery, equipment (eg, pans, baking pan, grill, fryer, griddle, mixer), the small parts (eg spatulas, knives, spoons, ladles, can openers), the containers must not be contaminated foods with gluten before use them for "gluten-free" must be washed thoroughly, and if dedicated exclusively should be stored in a clean or closed.

NO WATER COOKING promiscuous. Cooking gluten-free food containers must be distinguished from those used for other foods: they should not be cooked in pots unwashed used for previous preparations and water where you cooked the pasta with gluten. Do not use the cooking water, already used for pasta with gluten, to extend risotto, sauces or other preparations, not boil vegetables or rice destined for celiac.

NO OIL USED FOR FOODS WITH GLUTEN. The oil for frying must be dedicated solely for the cooking of food without gluten, should therefore not be used for frying food with gluten.

NO MULTI BASKETS. Do not cook if MULTI baskets used for cooking foods with gluten.

SIGN IDENTIFICATION PLATE FOR GLUTEN FREE. The bags and airtight containers used for the storage (even in the refrigerator or freezer) should be marked with the label or may be used containers of different color, well

identifiable.

DO NOT USE THE OVEN promiscuous. It is recommended to use the oven for cooking food with gluten-free and at different times, you will have to take into account the characteristics of the furnace system in your room.
Source: Italian Celiac Association

RULES TO BE FOLLOWED IN THE DINING ROOM

WASH YOUR HANDS. After any contact with foods that contain gluten staff must always wash your hands thoroughly.

ATTENTION TO AND THE BREAD CRUMBS. Make sure the cloth does not have residual crumbs, do not place the bread on the tablecloth next to the celiac customer.

PERSONNEL INFORMED BY THE CUSTOMER SERVICE CELIAC. You must know the celiac advise on suitable food; must serve the customer celiac naturally, avoiding mishandling or attitudes that may create discomfort.
MARK PLATE. To avoid, especially during the busiest times, the risk of an eventual exchange of flat (with gluten and gluten-free), we recommend a hallmark example : decorating, flag.

Source: Italian Celiac Association

THE RECIPE

CHOCOLATE CAKE WITH CANNELLINI BEANS

INGREDIENTS

For the mashed Cannellini: 300 g cannellini beans, 150 g sugar, half of berry vanilla, 800 g water, 50 g rum, 2 g baking soda. Boil all ingredients until cooked cannellini.

Ingredients for the cake: 150 g cannellini bean puree, 130 g butter, 300 g rice flour, 180 g icing sugar, 80 g chocolate chips, eggs 100 g, 8 g baking powder, ½ vanilla berry (pulp).

PROCEDURE

Cream butter and sugar; add the mashed beans and the pulp of the vanilla bean. Add one at a time in the egg yolks and the rice flour with the baking powder. Beat the egg whites and add them slowly to the mixture. Place of molds portion (about 65/70 g of dough), lightly buttered and floured with rice

flour. At the center put a few drops of dark chocolate and bake in a convection oven with the fan set at medium-low speed (the modern ovens can handle up to five speeds over wing static function) for about 18 minutes to dry heat that is at 30 % relative humidity (the trivalent modern ovens can automatically manage the relative humidity).

AT PAGE 38

Solutions against the noise

Proper insulation of a public local has the effect of increasing the number of customers, encouraging their attendance, comfort and permanence, for the benefit of profitability

Edited by Fabrizio Gomarasca

Excessive noise in a restaurant is always ranks high among the reasons cited for dissatisfaction by customers. Not only it creates discomfort, stress and dissatisfaction in those who consume a meal, but also it is often a source of reduced productivity of the staff.

"A spacious room with walls and ceilings are completely smooth - says Consuelo Redaelli, owner of the Toolskit of Milan, specializing in interior design for bars, restaurants, canteens) - is likely to become a box of acoustic reverberation unsustainable, we can compare it to a room full of mirrors that refract light in many directions. This also happens to the sound. More than a reverberant room is the more you have the effect of reverberation noise (voices, plates, steps, etc.) Because when you created a local theme of acoustics is almost always underestimated, it is necessary to intervene at a later stage.

"The remedial acoustic comfort - continues the designer - can be performed on these surfaces with sound-absorbing ceilings or furniture and it is recommended requesting action tailored with inspections and a study devoted specifically. The sound-absorbing systems were once aesthetically ugly and unpleasant and they stood, as technical elements to mask against walls or be integrated in so do not be impactful elements. Today, however, the companies propose

different solutions, aesthetically valid, designing pieces of furniture with its own aesthetic identity, turning what was once just a material to be included inside the box architectural design object."

Curtains, carpets, wall-to-wall or ceiling, and false ceilings, individual elements in the wall, ceiling and self-standing, hanging elements 3D: You can choose from a wide variety of shapes, functions and different colors. Here, with the help of Consuelo Redaelli, are a few realizations particularly successful.

MULTI-FUNCTION PANELS

A Place in Milan is the café-restaurant in Cascina Coccagne, subject to architectural intervention of a conservative nature. Here the acoustic problem has been addressed after the completion of the local with the use of Eraclit panels (in an interesting and different intervention of acoustic improvement has been done once the local was built, then the addition of sound absorbing panels could be complex also from the aesthetic point of view.

Luca Mercatelli located in the panels Eraclit (www.eraclit.biz) consisting of mineralized wood wool with chalk that guarantee quality thermal insulation and sound absorption. The technical specification, but also aesthetic is just the visible surface in thin fiber called "grain noise" that makes the natural and decorative panel without the use of harmful substances. By the catalog there are different colors. It can also be made in any variation of color."In that case - said Redaelli - the decoration of the panels was made by the company to customize recreating a geometric effect. The colors chosen are similar to those of wood and color finishes of the existing furnishings in the restaurant. The blue recall the old laminate chairs, the natural color of the panels of the tables and the warm tones of orange and some red accessories. The panels were hung and bound together by clamps of plastic extruded rails and ceiling with iron. In some cases they are used as dividers and fifth in other cases inserted in the wall as decorative panels. Towards the entrance, on the other hand, are used as support for internal communication and for the gastronomic offer. The use of these panels is decidedly multifunctional. As a tile purchasing different

functionalities reinterprets mosaic panel: decorating with color, absorbs noise by improving the overall comfort and is used to communicate the special of the day."

VERTICAL GARDEN

Designed by architect Paola Navone, the restaurant Pane e Vino in Milan is a unique case as the designer's creativity and technical expertise of the consultant are able to find innovative solutions. Sound-absorbing materials are transformed, hiding in the eyes of most people, taking forms completely unexpected."It's a small bistro of 35 square meters - said Redaelli - that reinterprets a creative search for references hybrids between tradition and modernity.

The many details including gifts, designer furniture and art pieces create a place made of micro narrative scenes that alternate between tables and culinary offerings. The first acoustic correction surgery included large green leaves applied to the wall with a double function: a decorative and the other absorbing. The material used, shaped and colored applied to the wall, is an effective solution to amortize the rumble of the local as well as being a modern element that draws a small vertical garden inside.

The art and design are the sophisticated language chosen for the decoration of this place as the solution for soundproofing.

The second intervention was to replace the large leaves a surface formed from polyurethane foam colored round slats with shades of earth tones, from olive green to brown undergrowth. The project maintains the character to transform innovative technical material in an artistic achievement.

The colored polyurethane foam becomes a unique and technically very sound absorbing noise and increasing the comfort of the restaurant in accordance with the local. The other intervention is even more hidden: the great white towels hanging from the ceiling coils that create an installation scenic very interesting.

At first glance it would seem a purely decorative choice that recalls the atmosphere of the table. In truth the entry of sound-absorbing material completely camouflaged white, which disappears within the cone formed by the tissue."

THREE EXAMPLES

Snowsound modules with variable density

The patented technology Snowsound uses panels composed of material of variable density, which allows to obtain a selective absorption at different frequencies, and then to optimize the acoustic environment despite the thickness much content of the panels and their incredible lightness.

This technology constitutes the essence of the modules Flap caimi Brevetti, designed by Alberto e Francesco Meda. The absence of stitching and frames and the characteristics of the material with which they are made make them lightweight, small and adaptable. Flap is fully recyclable because it is made of single materials and components can be easily disassembled.

<http://www.caimi.com/news-products?id=1637&prod=flap>

Topakustik, aesthetics and insulation

Topakustik Fantoni Group is a system of elements absorbing strips, designed to achieve the highest levels of aesthetics and sound quality, in any architectural situation and with the maximum installation versatility. The panels are milled with horizontal beams and holes.

The back is made from a layer of sound absorbing material. This wall solution, alternating with stone and wood has been used in the restaurant Grani di Pepe in Flaibano. Fantoni also proposes a series of acoustic ceilings in wood decorated with a milling aesthetic that can be alternated with different color finishes.

www.fantoni.it/it/acoustic_panelling/topakustik.html

Canopy in-ceiling

In the restaurant Liverpool Football Club (20:20 arch. Design Limited - photo ZaraWeller found in acoustic panels in the ceiling (about 100 mq) stronger than the decorative theme throughout the space. The ceiling panels Canopy Armstrong, offers an interesting decorative theme: the white hexagons contrast with the rest of the ceiling a dark color and in some cases contain a lighting spot. Panels are concentrated at the tables in order to absorb the voices of the diners below, while thin out in the most silent passage.

www.armstrong.it

AT PAGE 38

Nebbiolo, red grape with no borders

It's the most noble and ancient red grape variety of Piedmont, and probably also of Italy. A variety that is at the base of famous wines such as Barolo and Barbaresco and also a number of smaller appellations of origin, to be discovered.

By Nicolò Regazzoni

A grape variety that is still often synonymous with wines from the color a little 'taste and exhaust rough and tannic, especially in youth. In fact, if we are willing to put aside the clichés, now more than ever Nebbiolo is able to offer pleasant surprises, which may not necessarily only great wines like Barolo and Barbaresco.

These changes are behind a series of important innovations viticulture and winemaking, such as drastic reductions in yields in the vineyard, winemaking separate the individual crus, using rotary fermenters (that reduce the time of maceration in contact with the skins), aging in barrels and use of refrigerated containers in steel.

But not only that: Nebbiolo, while continuing to be grown in well-defined territories, is coming out of the narrow confines of traditional Piedmontese and started to deal with the demands of the global market and with the experiences of names still relatively poorly understood.

Among these are the Gattinara DOCG Piedmont (Vercelli), DOCG Ghemme (Novara) and Bramaterra Doc (Doc and Vercelli), which in their blend cover all variable percentage of the use of varieties Nebbiolo. Not to mention the interesting Doc Aosta Valley Donnas, whose namesake wine is even called "the brother of Barolo mountain", obtained by making wine a minimum of 85% of the grapes Picotendro (local name of Nebbiolo grape varieties). This wide range of labels, however, organoleptic characteristics are extremely variable and price positioning very different and it is therefore very difficult to use the variety denomination to suggest a lowest common denominator in the eyes of consumers. The Nebbiolo-based wines, therefore, fail to meet many expectations on the

part of consumers, but they will never enter the market with a unified image and consistent.

One feature, the latter, which certainly represents an obstacle export designations less important, but at the same time it hides many opportunities yet to be exploited.

**Bava
Gionson
Piemonte Doc**
www.bava.com

Product Nebbiolo grapes, releases aromas of spices, rose petals, tea, red fruits and a slight smoky. On the palate, however, particularly sweet tannins are felt. It's a powerful wine and at the same time drinkable and pleasant, with six days left to ferment with the skins and then aged in stainless steel.

Pairings
Pasta dishes, especially pasta with truffles.

**Cantaloupo
Anno Primo
Ghemme DOCG**
www.cantalupo.net

Produced from Nebbiolo grapes sun and left to age twenty months in oak barrels before bottling. It has a very intense aroma and persistent, ranging from purple to pink and a hint of dried raspberry, while the taste is dry, tannic and hot body. Serve in large glasses, taking care of oxygenation.

Pairings
Grilled and roasted, braised or stewed red meats, game and hard cheeses very mature

**Cantina Gallura
Karana
Colli del Limbara IGT**
www.cantinagallura.net

Grape varieties Nebbiolo (90%), Sangiovese and Caricagiola. The nose is large and persistent with scents, vinous bouquet, fragrant and hints of ripe fruit. The taste is dry, full, soft, structured, well-balanced acids and tannins. Uncork at least 30 minutes before serving.

Pairings
Tasty pasta dishes, grilled, roasted, pecorino cheese

**Ceretto
Bernardina
Nebbiolo d'Alba DOC**
www.ceretto.com

Delicate bouquet reminiscent of violets, and that is accentuated and perfected with aging. Dry, velvety and harmonious that is accompanied by a good body. It is obtained by resorting to the classic hat revealed fermentation in steel tanks. It's also available in large bottle format (up to 5 liters).

Pairings
Pasta with meat sauce, risotto with wild game, roasted and grilled, seasoned cheeses

**Fay
Ca Morei
Valtellina Superiore DOCG Valgella**
www.vinifay.it

The grapes are 100% Nebbiolo, were harvested in the second half of October. After pressing the must was fermented in stainless steel tanks for two weeks, with maceration of seven days. Following malolactic fermentation and maturation for 12 months in baroque. Delicate scent, it has a dry, harmonious and round.

Pairings
Pizzocheri, red meat, dried beef and goat violin, aged cheeses

**La Palazzina
Bramaterra Riserva Doc**
www.bramaterralapalazzina.com
Blend of Nebbiolo (70%), Croatina Vespolina and Uva Rara. Aromas of red fruit, cherry and violet, with a taste of good structure, balanced, accompanied by sour and ethereal sensations. Each variety separately follows the different stages of vilification with maceration in stainless steel tanks and aged for 48 months in oak barrels, baroques and tonal.

Pairings
Risotto, meat, game, meats and cheeses

**Produttori del Barbaresco
Barbaresco DOCG**
www.produttoriidelbarbaresco.com
Wine from Nebbiolo grapes fermented in steel and then aged for 24 months in large oak barrels. On the nose you will hear hints of red fruit and spices, which over the years tend to open up. Powerful tannins on the palate, with a lingering finish. Not to be drunk before 4/8 years after harvest.

Pairings
Egg pasta, risotto, meat and game

Renato Ratti
Marcenasco
Barolo DOCG

www.renatoratti.com

The grapes used to produce this Barolo come from the first vineyard purchased by Renato Ratti, in 1965. The wine made from Nebbiolo grapes sun, it shows a beautiful garnet red color, a pleasant aroma of licorice and tobacco, and full-bodied and elegant. It lends itself to a long aging.

Pairings

Red meat skewered and grilled, game, mature cheeses

AT PAGE 46

Italian Amaro

The original recipes that are rooted in the history and variety of herbal medicinal herbs, which enhance the aromas and flavors, make it the best "after meal". To be served neat, with ice or lemon zest

By Nicolò Regazzoni

F.LLI AVERNA
AMARO AVERNA

Amaro Averna is born from the infusion of herbs, roots and citrus, according to a secret recipe of 1868. Velvety on the palate, Averna has a round taste and enveloping and gently citrusy scent that is reminiscent of the warm lands of Sicily. It is unique product and bittersweet balance. A perfect liqueur to taste pure, but that is not it. Amaro Averna is characterized by an excellent mix ability fact, thanks to its harmonious and balanced formula.

www.amaroaverna.it

CASONI
BRAULIO

Braulio is the bitter alpine birth. Its 13 herbs, mountain water and aging in oak barrels in the cellars of Bormio bind him indissolubly to the area and make it a highly recognizable. Amaro Braulio is pleasant to sip - the alcohol content is 21 degrees - has a full body and strong identity. It is characterized by the amber color, the taste for wraparound and balanced, fresh but very spicy, and the unmistakable

aromatic bouquet. The uniqueness of Amaro Braulio is given mainly by natural herbs - including yarrow nutmeg, Gentian and the Juniper - who at the time of the tasting are clearly perceptible to the taste.

www.amarobraulio.com

Lucano 1894
AMARO LUCANO

It is the result of the skillful blending of more than 30 herbs. These include Absinthe that aids digestion by acting on the stomach and liver flavoring and preserving antiseptic properties; Angelica, also known as the herb of the angels to the beneficial properties, tonic and calming, and the elder who helps the circulatory system and purification; Gentian, ideal to aid digestion after a full meal. The Ruta, which retains soothing and antispasmodic properties and Aloe, which has antifungal effects, antiemetic and inflammation, also stimulating cell renewal and regeneration, slowing down aging.

www.amarolucano.it

DISTILLERIA BONOLLO UMBERTO
Of Amaro

Born from the infusion of herbs and balsamic with Grappa Barrique Of Amarone is a sensory experience and exclusive, as well as unpublished. It is also the result of research and of the innovation of the historic distillery Padua. The Bitterness Of presents fresh citrus tones that give way to the more typical herbal notes and hints evolve into warm and intense characteristic of Grappa Barrique Of Amarone, grappa, which in turn represented an evolution of grappa.

www.bonollo.it

FRATELLI CAFFO DISTILLERIE
Vecchio Amaro del Capo

To be served chilled to -15 ° C, the heat sensation in the mouth soon leaves room for a moderate freshness, not overcome by the light hotness. The discrete body of this enhances a bitter sweetness but contained net overlooking the bitterness. The aroma is of good intensity, with an excellent balance between floral and fruity notes (lemon and orange peel) and vegetal flavor and spicy (balsamic, ginger),

slightly dominant.
www.caffo.com

F.LLI BRANCA DISTILLERIE
FERNET BRANCA

The recipe for this blend of 27 herbs, spices and roots from four continents was born in 1845. The taste of this historic route passes through three stages digestive bitter. A first sip to be heated in the mouth for a few seconds turns the bitter notes of Colombo and Aloe, and the unmistakable note of Gentian.

A second sip reveals the unmistakable taste of spicy Zedoary and the full body of Chamomile. On the third sip prevails balanced by the bitter aftertaste of spicy myrrh.

www.fernetbranca.com

VIGNA AI SASSI
Fresco Amaro

It is the result of an original recipe, based on the use of pure herbs and spices that give a flavor and savory, enriched and ennobled reaching from grapes. Amaro elegant, taste fresh and firm, balanced and pleasing to all palates, it is ideal to be enjoyed chilled or with ice after meals. Eleven herbs make up this liquor: Rhubarb, which has high digestive properties, Gentian, Absinthe, which has a bitter tonic and digestive properties, the Yarrow, the Mint, the bitter orange and sweet, the centaury, with an intense bitter taste, the Roman Chamomile, Thyme and Plantain.

www.santannacatering.it

PERNOD RICARD
AMARO RAMAZZOTTI

The main components of the taste of this bitter born in 1815 are sweet oranges of Sicily, bitter oranges from Curaçao, star anise and cardamom. 33 are all the herbs and roots that make up the recipe. The taste is full-bodied, with a pleasantly bitter aftertaste and leaves a pleasant after taste. Amaro Ramazzotti has been awarded the Flavor of the Year, awarded to food by consumers directly tested in specialized laboratories in sensory analysis and judged to be of excellent flavor.

www.ramazotti.it

Master Crêpes

Una linea completa per farcire e guarnire
Crepes, Waffel, Croissant.

The image displays a variety of Master Crêpes fillings. In the foreground, there are six bottles and one packet. The bottles are labeled as follows:

- Vaniglia d'Acero (Vanilla Maple)
- Alla Pesca (Peach)
- Alla Nocciolata (Hazelnut)
- ai Frutti di bosca (Forest Fruits)
- Alla Pesca (Peach)
- Alla Fragola (Strawberry)

The packet is labeled "Preparato per Crêpes" (Preparation for Crêpes) and "500 g".

Dose per 20 Crêpes circa
Dose to about 20 Crêpes

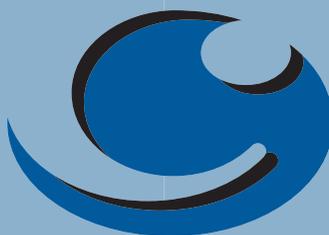
500 g
dose per 20 crêpes circa

General Fruit S.r.l.
Via Torquato Tasso, 8/10
24060 Credaro (BG) - Italia
Tel. +39.035.92.70.30
Fax. +39.035.92.94.70
e-mail: info@generalfruit.com
www.generalfruit.com

GF
GENERAL
FRUIT



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 qualita',
ogni giorno
ovunque.*

