

Qualitaly

MAGAZINE

PRIMO PIANO

**L'intelligenza
nel piatto**

IN CUCINA

L'induzione
è servita

IN SALA

Cibo, luce
ed emozione

IN TAVOLA

Tendenze in tavola,
all'insegna
della componibilità

IN DISPENSA

**Le tante farine
della "nuova" pizza**

www.le5stagioni.it

Unici

IL MEGLIO O NIENTE...

AGUGIARO&FIGNA MOLINI È L'UNICO MOLINO ITALIANO A PRODURRE IL **LIEVITO MADRE DISIDRATATO PER PIZZA**.

Il Lievito madre in polvere Naturkraft, frutto del **Centro di Ricerca&Sviluppo** dell'azienda:

- mantiene tutta la carica enzimatica originale del lievito madre fresco, indispensabile per garantire la **digeribilità**
- aggiunto alla tradizionale ricetta d'impasto ne migliora **croccantezza, fragranza e sapore**.

Naturkraft

Pizza
Le 5 Stagioni



 SEGUI "LE 5 STAGIONI" SU FACEBOOK

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



EDITORIALE

CARBOIDRATI E PROTEINE



Francesca Pulitanò
direttore responsabile
Quality Magazine

Due stili di vita, due filosofie alimentari, due modi diversi di tendere all'unico scopo di nutrirsi... Detto così è un po' riduttivo, è vero. Soprattutto nel nostro paese quella del cibo è una cultura, intorno alla quale si spendono energie, sia tra le mura domestiche, sia nella ricerca del ristorante giusto.

Ma alcuni temi di questo numero, peraltro classici, classicissimi, evocano una suggestione nel senso della contrapposizione: da un lato, gli alimenti ricchi di carboidrati, buoni e calorici, tradizionalmente nemici della linea; dall'altra parte, la fettina di carne cucinata senza grassi, con l'accompagnamento di una foglia di insalata rigorosamente senza olio, per non parlare del sale... magari una gocciolina di limone, giusto per dare un sapore. E ancora: il primo, la pasta, e il secondo, la carne. Ma carboidrato non è solo pasta, e carne non è solo paillard ai ferri.

La nostra dispensa oggi si apre per mostrarci le farine per pizza. Già questa è una rivoluzione: la pizza, alimento semplice ma eccezionale, oggi è declinata in mille varianti, non soltanto nel condimento, ma anche nella base. Può essere tradizionale, integrale, senza glutine e in chissà in quanti altri modi ancora. C'è quella croccante, quella alta, quella tonda o quella nella teglia rettangolare, l'importante è che l'ingrediente principale, la farina – appunto – sia scelta con il giusto criterio e con attenzione alla qualità. Dall'altro lato della barricata, e con caratteristiche analoghe, ecco quello che possiamo definire come il re del fast food: l'hamburger, simbolo di pranzi fugaci di importazione americana, di scelta giovane, di alternativa sfiziosa. Anche in questo caso, non ne esiste una sola versione. C'è l'hamburger cucinato in serie che dà il nome al panino, c'è quello sagomato al momento dal macellaio di fiducia e quello, di nuova generazione, servito al ristorante al momento del brunch.

In questa variante rotonda la carne può servire a fare festa, inducendo tutta la famiglia ad un pasto un po' insolito; pullulano i locali di nuova apertura nei quali il piatto servito è soltanto uno: l'hamburger, appunto, ma con tante novità. Si può scegliere il tipo di carne, si può deciderne il peso, si spazia, infine, tra infinite possibilità di guarnizioni. L'hamburger come espressione della personalità di ciascuno? Non esageriamo, ma forse non è un'interpretazione così azzardata.

Ecco perché la pizza e l'hamburger sono così simili: ad una base – almeno apparentemente – standard si uniscono i sapori più disparati, per un risultato che può essere sempre diverso e sorprendente. In questo, oltre che nella loro attitudine a rappresentare un piatto unico più che soddisfacente, risiede forse il successo di entrambi.

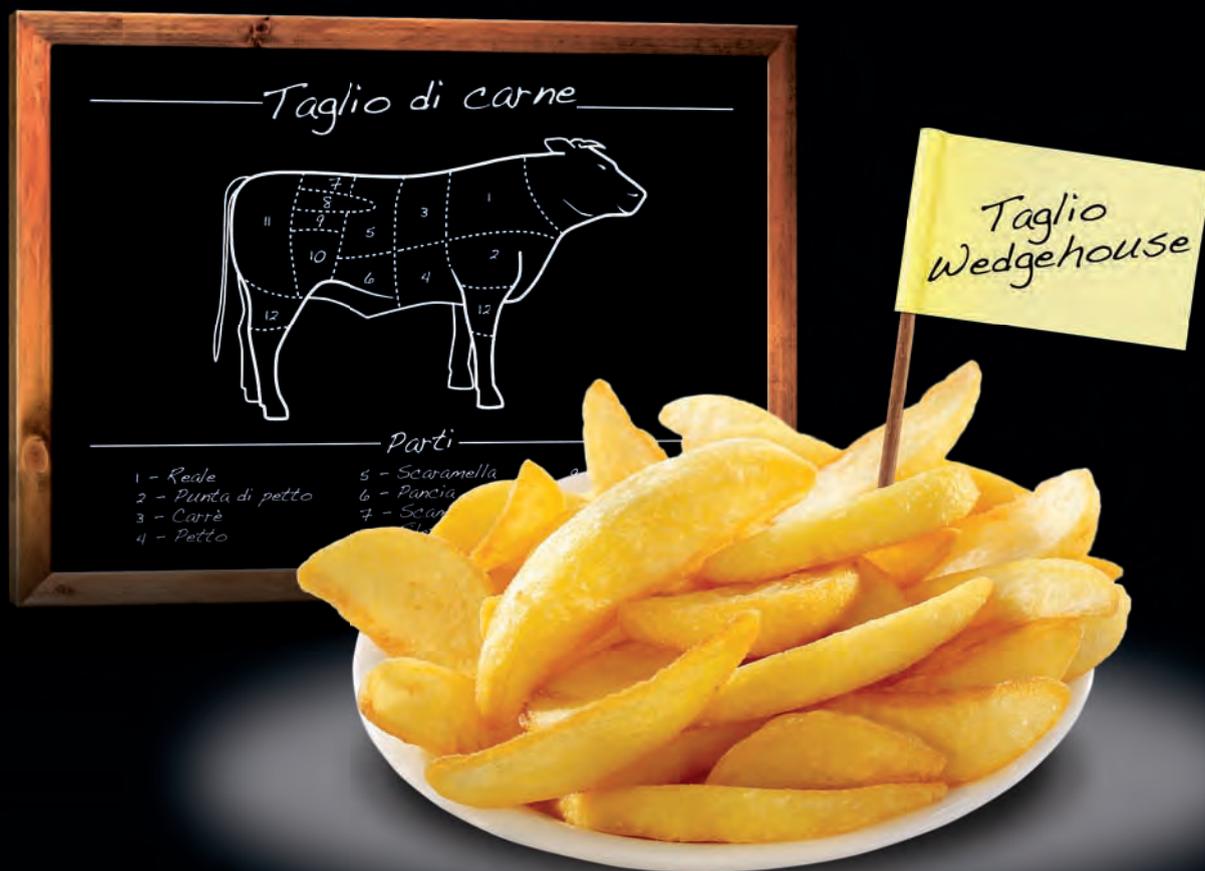
Cambiando completamente prospettiva, voglio ricordare anche il servizio sui piani a induzione, per una cucina al passo coi tempi ed esteticamente al top.

Infine, tra i temi che più creano atmosfera, ed è proprio il caso di dirlo, abbiamo scelto, per la rubrica dedicata alla sala, quello della luce. Perché un ristorante non è solo cibo, per quanto ben cucinato, ma è anche il luogo dove più di frequente si festeggiano le emozioni. E allora permettetemi di concludere con l'augurio che la lettura di questo numero vi procuri anche qualche emozione, perché la buona cucina può essere anche un modo per raggiungere la giusta sintesi tra gusto e sensazione.

i Consigli di

McCain

SPECIALE CARNE: I tuoi tagli più pregiati!



Per chi non si accontenta di un semplice contorno!

Può una patatina fare la differenza e valorizzare davvero i tuoi piatti di carne? Scegli la soluzione **McCain** che meglio si adatta al tuo menu.

Tagli eleganti e innovativi, alta qualità, autentico sapore di patata e maggiore resa al piatto.

Per informazioni **035 4526136**

McCain Alimentari (Italia) Srl

www.mccainfoodservice.it - infofoodservice@mccain.it

Prodotti suggeriti
1. Wedgehouse
2. Fry'n' dip



IL PUNTO DEL
PRESIDENTE

PROTAGONISTI CENTRALI NELLA RISTORAZIONE CHE CAMBIA



Italo Nebiolo
presidente Cooperativa
Italiana Catering

La velocità con la quale mutano le situazioni ci costringe ad essere molto accorti in ogni momento

Tome avevamo anticipato nel numero scorso, per quanto riguarda il saldo tra aperture e chiusure dei pubblici esercizi, anche il 2013 ha confermato dei risultati negativi. Secondo il consuntivo di Movimprese mancano all'appello 9.000 aziende sulle oltre 315 mila attive tra bar, ristoranti e mense. Sommate alle meno 7000 del 2012 portano il saldo negativo a 16.000 locali in due anni.

Entrando più nel dettaglio, il bar ha visto restringere la concorrenza di circa 4.295 unità. Analoga la situazione nella ristorazione, dove però si registra un diverso passo tra la ristorazione tradizionale, che perde oltre 4.000 insegne e il take-away che ne perde "solo" 593. Le ragioni sono da ricercare nei cambiamenti delle abitudini e degli stili di consumo, nel rapporto con il cibo, ma anche per una struttura dei costi più rigida, oltre che per motivi fiscali e tributari.

Questi dati sono la spia di una caporetto dei consumi degli ultimi anni, ma anche di una competitività molto bassa del settore dove, peraltro, domina la piccola azienda familiare, con una gestione finanziaria assente o, quando esiste, nel caso delle società di capitali, prevede un eccessivo ricorso al debito bancario destinato più alla gestione ordinaria che agli investimenti. Nulla di nuovo sotto il sole, si dirà. Invece qualcosa di nuovo sta accadendo sotto i nostri occhi.

La velocità con la quale cambia costantemente la struttura della filiera ci impegna tutti ad essere molto accorti in qualunque momento. Ogni dieci giorni può cambiare il quadro di riferimento e ciò che fino a ieri era un assetto stabile viene sconvolto improvvisamente perché in una regione un distributore cessa l'attività o perché i fornitori si irrigidiscono o, ancora, i clienti abbassano la serranda, con il seguito di insoluti che si toccano con mano. Certo, la piena operatività dell'articolo 62 sta risalendo tutta la filiera di fornitura: i ristoratori limitano gli acquisti ai bisogni quotidiani, i distributori fanno meno giacenze e cercano di programmare il più possibile gli acquisti, l'industria resta vigile ed è colpita per ultima dalle turbolenze che si verificano a valle.

Per noi di Cooperativa Italiana Catering questa situazione ha almeno tre conseguenze. La prima, ci costringe a selezionare i nostri clienti, privilegiando quelli che hanno forza e capacità di guardare più in là rispetto alle difficoltà del momento e a trarne anzi vantaggio. Lasciare le situazioni più marginali rafforza i nostri soci, ma anche i loro clienti. La seconda, ci dà l'opportunità di occupare gli spazi lasciati liberi da altri concorrenti, innescando un processo di crescita che ha le sue basi nella sana gestione finanziaria e nei corretti rapporti commerciali. La terza, ci rende interlocutori credibili nei confronti dell'industria con cui poter instaurare o rafforzare programmi e progetti per essere sempre più protagonisti centrali nella ristorazione e nel catering.



Monocultivar



CREATORI DI SAPORE



L'Olio Extravergine di Oliva in purezza

Frantoio, Nocellara, 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





12



16



30



46

Qualitaly

MAGAZINE

n.80 aprile-
maggio 2014

01 editoriale

03 il punto
del presidente

QI NEWS

06 I due volti della
ristorazione - Speca
Alimentari incontra i
clienti - Un occhio di
riguardo per i clienti
- Struttura snella al
servizio dei bar

PRIMO PIANO

12 L'intelligenza
nel piatto

15 Studio
e innovazione,
variazioni sul tema

IN DISPENSA

16 L'hamburger
diventa gourmet

18 Mucche e Buoi:
la carne è di casa -
Da Ham il burger è di
qualità

19 Meet, il meglio
della food valley nei
panini

20 La ricetta degli
chef Apci

22 Sicurezza
alimentare, attenti
alle frodi

24 Le tante farine
della "nuova" pizza

25 Impasto
regolare e qualche
idea in più

28 La dispensa
Qualitaly

IN CUCINA

30 L'induzione è
servita

32 Questione di
pentole

33 Una tecnologia
che richiede
apprendimento

34 Il quinto quarto,
tutto da riscoprire

35 La ricetta di
Gregori

IN SALA

38 Cibo, luce ed
emozione

38 Corpi
illuminanti e tipo di
sorgenti

IN TAVOLA

42 La semplicità
del Lambrusco

46 Tendenze in
tavola



10

I DUE VOLTI DELLA RISTORAZIONE



«**C**i avviamo anche in Italia verso una struttura sociale a coppa di champagne, con il 20% della popolazione che possiede la maggior parte delle ricchezze», afferma Bruno Berni, managing director di CFI Group, società di ricerche internazionale, la cui tesi alla base del ragionamento è che siamo in presenza di una forte divaricazione nella società.

Quindi anche nel sistema dei consumi, accanto a formule che crescono, come il discount nell'alimentare o il fast food nella ristorazione, trovano spazio offerte di lusso a 360 gradi, come il Palazzo Prada in fase di realizzazione

a Milano dove viene messo in risalto tutto il mondo del brand del lusso dai prodotti alle mostre d'arte, con l'immancabile ristorante. E per un Eataly che espande la proposta gourmand in vendita e in degustazione (vedi la doppia recente apertura a Milano con Eataly Smeraldo - nella foto - e i due piani nello store del lusso Brian & Barry) o per un Peck che consolida il suo posizionamento di tempio della gastronomia, arriva il primo mall tutto cinese.

«Parimenti nell'horeca - afferma Berni - dove sono assenti (per quanto ancora?) le grandi catene, assistiamo a fenomeni che vanno nella direzione della ristorazione

di qualità con la predominanza dell'estetica, grazie alle trasmissioni televisive sulla cucina che hanno diffuso termini specialistici come "impiattare", della spettacolarità dei luoghi come il pools&restaurant Ceresio 7 sul tetto della sede di Dsquared a Milano, dell'esperienza di California Bakery e della sostenibilità ambientale dell'olandese De Kaas».

Sul fronte esattamente antitetico abbiamo esempi di ristorazione value for money, dove i paradigmi sono quelli del fast food, del couponing come ricerca del valore a un prezzo conveniente, dell'all you can eat (il giropizza, i sushi a volontà, eccetera), la

formula one dish, del locale cioè monotematico, dalla pizzeria al taglio (e solo quella) alla piadineria, alla più recente Bracioleria a Milano.

Secondo Berni, quindi, le direzioni verso cui indirizzare l'offerta nel fuoricasa sono abbastanza precise, ma, quel che più conta, sono polarizzate. Verso l'alto, un'offerta di artigianalità, di non omologazione, di prodotti "senza" (il vino senza solfiti, gli ortaggi coltivati senza prodotti chimici, e così via) o di dieta scientifica che premia alimenti integrali e proteine vegetali. Verso il basso alimenti come risultato di allevamenti intensivi, di utilizzo di Ogm, di proteine dagli insetti.

Specia Alimentari incontra i clienti

È un appuntamento annuale, quello che Specia Alimentari di Baveno organizza per presentare ai clienti vecchi e nuovi le novità di prodotto per la stagione. Nei due giorni di incontro in un hotel sul Lago Maggiore più di mille clienti si sono alternati a conoscere e a degustare le novità cucinate dagli chef. «In particolare quest'anno - afferma il titolare dell'azienda Fiorenzo Santini - l'attenzione si è concentrata sulle due nove aziende Bonduelle e McCain che sono entrate nel novero dei nostri fornitori, così come sul Caseificio Rosso, con la sua gamma di formaggi della Val

Sesia e de biellese».

È stata anche l'occasione per ufficializzare il rapporto sviluppatosi con Bindi, il noto brand di gelati, dessert e brioches, di cui Specia Alimentari è diventato concessionario l'anno scorso a stagione inoltrata. «Con Bindi - spiega Santini - abbiamo completato l'offerta alla ristorazione con una gamma di proposte di qualità. Un particolare successo è stato ottenuto dalla linea di dessert "americani", in formato monoporzione e confezionati uno a uno, che offrono una risposta efficace ai ristoratori anche in termini di controllo dei costi. D'altro canto - aggiunge

Santini - quella della qualità è una direzione che abbiamo sempre percorso, anche a scapito dei volumi. Credo che proprio in questi ultimi anni il panorama della ristorazione si sia estremamente frammentato per quanto riguarda la tipologia dell'offerta. Non sempre con successo. Per chi fa il nostro mestiere un approccio orientato alla qualità



e all'innovazione di prodotto è la miglior risposta per salvaguardare la clientela. E le nostre aziende».



Master Crêpes

Una linea completa per farcire e guarnire
Crêpes, Waffeln, Croissants.
Ideale anche per gelati e desserts.

The image displays a variety of Master Crêpes products. In the foreground, six bottles of different flavors are lined up: 'con Siroppo d'Acero', 'alla Pera', 'alla Nocciolata', 'ai Frutti di boscaiuolo', 'alla Fragola', and 'alla Fragola'. To the right is a 500g sachet of 'Preparato per Crêpes'. The background features three images: a crêpe with raspberries and lemon, a waffle with chocolate and fruit, and a croissant with jam.

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

**Dose per
20 Crêpes
circa**

Dose to
about
20 Crêpes

500 g
dose per 20 crêpes circa

Preparato per Crêpes

Un occhio di riguardo per i clienti

La vicinanza al cliente è un must per Markal: anche i responsabili dei reparti dedicano del tempo al rapporto con i gestori di hotel e ristoranti.

Markal nasce oltre 30 anni fa, su iniziativa di una società partecipata da un gruppo di imprenditori di Prato, capitanati dalla famiglia Viscomi, alla cui presidenza era Annibale Viscomi. «Nel 2013 – spiega lo stesso Viscomi – il nostro fatturato, nonostante il periodo di crisi che ha attanagliato tutte le attività economiche in Italia, è cresciuto dell'1,5% confrontato al 2012. Quanto sopra, ci ha permesso, con grande soddisfazione, di aumentare di 5 unità il numero di dipendenti, andando così in controtendenza rispetto alla maggior parte delle aziende di settore. L'augurio è che questo trend venga confermato anche per il 2014, dandoci così modo di proseguire nella nostra voglia di crescere e investire». Oggi Markal si sviluppa su una superficie di 4.000 metri quadrati, ospitanti il magazzino, le celle frigorifere e il laboratorio di selezione delle carni e del pesce fresco. La clientela è distribuita su tutto il territorio toscano e in particolare nelle aree di Firenze, Prato e della Versilia. Complessivamente, l'assor-



A destra, Annibale Viscomi, Presidente del CdA di Markal con Alessandro Zanolla, procuratore dell'azienda

LOGISTICA, ATTIVITÀ SEPARATA

Uno dei progetti strategici condotti lo scorso anno ha riguardato lo scorporo delle attività di logistica da quella commerciale: è stata creata una società autonoma, di proprietà di Markal al 100%, che gestisce il parco veicoli e il personale addetto al trasporto. «Questo – precisa Annibale Viscomi – ci permette di organizzare meglio un'attività che rappresenta un costo vivo per la nostra società, visto che non chiediamo nulla ai nostri clienti per la consegna dei prodotti».

timento Markal conta circa 7.000 articoli, quasi interamente riferiti al food and beverage. «Ci rivolgiamo prevalentemente a ristoranti e alberghi – prosegue Viscomi – con una proposta che va dalla pasta ai dolci, dal fresco al surgelato, dal vino ai liquori. I nostri fiori all'occhiello sono da un lato la carne fresca e altamente selezionata, dall'altro i prodotti a marchio "Quality". Un contributo importante al nostro successo, tuttavia, arriva dalla C.I.C. che seleziona con grande capacità i prodotti di qualità ad un prezzo interessante, con rapidità di consegna». Un punto di forza di Markal è sicuramente il rapporto instaurato con il cliente: non sono solo gli agenti a far visita alla clientela, ma periodicamente gli stessi responsabili

MARKAL

Sede legale Via O. Vieri 21
Borgo a Buggiano (PT)
TEL. 0572 30312
FAX 0572 319343
www.markal.it

area servita: tutta la Toscana
fatturato 15 milioni di euro
Addetti. 35

dei vari reparti che a turno dedicano una giornata per andare a trovare i clienti, da soli o accompagnati dagli agenti. «Non si tratta – precisa Viscomi – di incontri finalizzati alla vendita, bensì al miglioramento del rapporto con gli stessi clienti. Attraverso il confronto diretto con loro riusciamo a consolidare la relazione e a fidelizzarli, correggendo eventuali problemi e migliorando, conseguentemente, l'offerta e il servizio». Anche la logistica per la consegna delle merci ordinate assume un ruolo rilevante. «Giornalmente effettuiamo ben 250 consegne, utilizzando 18 furgoni. Il 50% del parco automezzi in consegna è in gestione diretta». E precisa Viscomi: «Cerchiamo continuamente di migliorare il servizio verso la clientela, ma talvolta possono capitare sviste nella preparazione dell'ordine e quindi per non incorrere in un disservizio, con conseguente danno per i clienti, siamo disposti, a nostre spese, a spedire immediatamente quello che manca con qualsiasi mezzo, anche via taxi».



**Gusto nel fare:
tradizione di famiglia
e della nostra città**



Struttura snella al servizio dei bar

La struttura agile, flessibile e radicata nel territorio ligure permette a Milfa di servire anche le piccole attività di ristorazione con puntualità ed efficienza

L'avventura di Milfa nel territorio genovese è iniziata in maniera un po' rocambolesca 32 anni fa. I giovani Aldo e Giuseppe Milfa, insieme al padre Pietro giravano con un furgoncino per i ristoranti della zona per rivendere il formaggio sardo. «Mia madre era sarda – ricorda Aldo Milfa – e ci era sembrata una buona idea per metterci in proprio. Però non eravamo molto abili come commercianti: il prezzo a cui noi acquistavamo il formaggio era superiore a quello che i ristoranti genovesi potevano trovare presso i loro fornitori abituali! L'inizio è stato in salita, ma per fortuna abbiamo saputo cogliere una nuova tendenza, l'evoluzione dei bar». Siamo negli anni Ottanta la gente mangia più spesso fuori casa a pranzo per motivi di la-



Pietro Milfa nel 1982 ha fondato l'azienda insieme ai figli Aldo e Giuseppe e ne è tuttora il presidente

voro. I bar affiancano all'attività di caffetteria quella di ristorazione veloce e i Milfa iniziano a rivolgersi prettamente a queste attività, ancora oggi il core business dell'azienda. «Siamo partiti con un magazzino di 8 metri quadri – continua Aldo

Milfa – poi ci siamo progressivamente allargati e oggi misuriamo 2.000 metri quadrati, abbiamo un assortimento di 1.600 referenze e copriamo la Liguria, da Savona a Sestri Levante. Rimaniamo però un'azienda familiare».

La geografia ligure, che da un lato complica la logistica, rappresenta anche un elemento di protezione nei confronti della concorrenza. Ci vuole una struttura piccola e agile per servire con puntualità anche i piccoli locali dei centri storici e delle località turistiche, destreggiandosi tra limiti di orario, strade chiuse, vie sconosciute ai navigatori. «Essere radicati nel territorio – sottolinea – ci permette di rispondere con maggiore tempestività alle richieste dei clienti. Per esempio, se l'ordine viene effettuato entro le ore 12.00 garantiamo la consegna nel pomeriggio. È un

Milfa srl
Sede legale
 Piazzetta U. Giordano Milano
Sede operativa
 Via S. Solimano 28
 Genova
 Tel 010808088
 www.milfa.it
Area servita: Liguria
Fatturato: 7 milioni di euro
Addetti: 22 collaboratori + 8 agenti

CI VUOLE PASSIONE

Anche se non siamo più nei ruggenti anni Ottanta, Milfa non si lamenta troppo per la situazione economica.

«Sicuramente ci vuole più cautela di un tempo prima di fare certi passi – sostiene – ma non va così male. La riscossione dei crediti oggi è più difficile e non sempre le assicurazioni ci coprono nei confronti di scoperti al di sotto di certe franchigie. Inoltre l'articolo 62, che i nostri fornitori sono sempre molto rigorosi nel voler veder rispettato, non è altrettanto atteso dai nostri clienti. Eppure io continuo a credere che chi ha voglia di iniziare a lavorare un'ora prima al mattino o chiudere più tardi la sera, ha sempre da guadagnarci. Ci vuole passione».



Chi cerca, ritrova.

ALTA TRADIZIONE



Il vero gusto di una volta.

con
Semola
Kronos
100% italiana

solo
2/3
minuti di
cottura

Vieni a trovarci al
CIBUS Parma
5/8 - 5 - 2014
Pad 3 - stand G002

SPAGHETTI
DI PASTA FRESCA
TRAFILATI
AL BRONZO

Sfoglia
ruvida

TAGLIATELLE
RUSTICHE
ALL'UOVO



ESCLUSIVO CONFEZIONAMENTO
IN CARTONE DA SOLI 2 KG.

Con la nuova linea ALTA TRADIZIONE, Antiche Paste D'Italia, Laboratorio Tortellini riscopre e ripropone le grandi paste madri della tradizione italiana. A partire da due novità assolute per il mondo della ristorazione: gli Spaghetti di pasta fresca trafilati al bronzo e le Tagliatelle rustiche all'uovo.

Identità Golose 2014 in pillole

LOCATION

DURATA

TEMA

RELATORI

VISITATORI

AZIENDE PRESENTI

Milano

3 giorni

Una golosa intelligenza

90 fra italiani e stranieri

oltre 15mila

oltre 70



L'intelligenza nel piatto

Giunta alla decima edizione Identità Golose mette in risalto il binomio buona cucina e salute. Perché i clienti del ristorante non sono contenitori da riempire o polli da spennare. E il piacere che dà una pietanza continua con una buona digestione.

M DI MARIELLA BONI

ilano, mese di febbraio. Per i professionisti è diventato un appuntamento da segnare ogni anno in agenda. Identità Golose, il congresso di alta cucina

ideato da Paolo Marchi, è arrivato quest'anno alla decima edizione, con numeri di tutto rispetto. Iscritti in crescita del 40%, un numero di visitatori record (oltre 15mila), arrivati per seguire le lezioni dei 90 relatori.

Tema di quest'anno: "Una golosa intelligenza" e in questo enunciato c'è tutto il futuro di una ristorazione che deve continuare a conquistare la sua clientela, ma consapevole, dice Marchi, «il piacere fisico del cliente non termina con l'ultimo boccone, ma con la digestione. Una pietanza non può più essere solo buona, a volte persino ottima, ma svincolata da qualsiasi riflessione sulla sempre più pressante richiesta di salute da parte delle persone».

Così il tema del benessere diventa centrale, senza per questo dover pensare necessariamente a rinunciare a carni e pesci. «Una golosa intelligenza – conclude Marchi – per-



pino Cuttaia
Sopra il titolo il suo Uovo di seppia



Christian e Manuel Costardi
Sotto, Riso latte e zucca (salato)

ché i clienti non sono dei contenitori da riempire o dei polli da spennare. Intelligenza a 360°, perché la salute e il piacere nascono a tavola e procedono poi a braccetto».

Un congresso che già si collega per affinità di argomenti al prossimo Expo (incentrato sul grande tema “Nutrire il Pianeta. Energia per la vita”), dove Identità Golose potrebbe essere presente con uno spazio importante, come auspicato dal commissario governativo di Expo, Giuseppe Sala.

CREATIVITÀ E TECNOLOGIA. La responsabilità di aprire i lavori del congresso spetta a **Pino Cuttaia** (La Madia, Licata), che si gioca tutto sul “sembra ma non è”. E così fa tesoro delle invenzioni della cucina spagnolescante e crea un finto uovo con la seppia, il cui tuorlo è il nero dell'inchiostro, usando solo le uova di seppia come addensante; oppure la finta pizza, con merluzzo affumicato e spuma di patate.

I Costardi Bros. (Cinzia, Vercelli), raccontano del lato giocoso del loro fare cucina, del loro essere in un certo senso ancora “bambini” con tutta la curiosità che questo comporta, che fa scoprire loro nuove combinazioni e ricette. Come la “mille follie”: crema di cioccolato, polvere di porcini, olio tartufato, pasta sfoglia caramellizzata e clorofilla di prezzemolo. O ancora il riso latte e zucca nella versione salata

salute e piacere nascono a tavola e proseguono a braccetto anche dopo il pasto



PRIMO PIANO



Rognone al sugo di china, Carlo Cracco (foto Brambilla-Serrani)

da servire dentro una mezza zucca scavata.

Carlo Cracco, dismessi i panni del giudice di Master Chef, fa una lezione sul rognone al sugo di china, che riporta in auge rielaborandone la cottura: su carta da forno, appena scaldato con sale alle spezie, scaloppato e servito con "spaghetti" di scorzonera, sugo di vitello ed estrazione di china rossa.

L'intelligenza sta anche nell'uso accorto della tecnologia di cucina, come

Heinz Beck, premiato Cuoco dell'anno da Identità Golose, ha dimostrato. Lavorando sui liquidi e con la centrifuga di laboratorio ha creato "Ricordo di frisella", estraendo l'aroma di pomodoro e olive per condire la maltodestrina, accompagnata da una tartare di gamberi rossi. E se la gioca pure con uno dei piatti milanesi per eccellenza, proponendo "Assenza di ossobuco", che dell'ossobuco è l'essenza, una sorta di concentrato ricchissimo di sapore.

Sentito al congresso: tendenze e spunti

- L'alta cucina contemporanea ha spostato molto i sapori verso **amaro e acido**
- Le verdure sono il nuovo **ingrediente cult** dei cuochi
- La **pasta trafilata** al bronzo non è meglio o peggio di quella al teflon. La prima assorbe più liquidi, la seconda tiene meglio la cottura
- **Lessare le patate** in acqua satura di sale (300 g/litro) evita perdite di sali minerali e fa perdere umidità interna alle patate (circa 10%)
- Il **servizio delle posate** deve seguire la funzionalità e non gli stereotipi: con certi tipi di pasta grande (es. paccheri) è utile disporre in tavola anche il coltello
- Scegliere **tagli grandi di carne** da porzionare consente di abbattere i costi d'acquisto e riduce gli scarti



Davide Scabin (foto: Serafino Geraci)

GIUSTA ALIMENTAZIONE. **Davide Scabin**, immaginifico e modernissimo, è uno dei "grandi" della nostrana alta cucina che più si sta impegnando sul fronte della cucina salutare: sta collaborando con il gastroenterologo Matteo Goss, ideatore della torinese Food Cleanique dove si cerca di guidare i pazienti, insieme ad allergologi e dietologi, verso una giusta alimentazione. Così studia piatti che possano essere indicati anche a chi soffre di problemi di salute, come la cotoletta alla milanese marinata con erbe aromatiche, sciroppo di acero e soia, che va incontro alle alterazioni del gusto di chi subisce dei cicli di chemioterapia. Per i celiaci, invece, fritto di pasta deglutinizzata con prosciutto e mozzarella, men-

PIZZA & PIZZE

Studio e innovazione variazioni sul tema

Il tema della “golosa intelligenza” non poteva non riguardare anche la pizza, specialità tanto amata e diffusa quanto a volte realizzata con poca cura. Non si va a cercare l'ingrediente raro che nobiliti il disco di impasto, ma proprio da questo si parte per uno studio su farine, lieviti e germinati che rendano la pizza leggera e digeribile. E i protagonisti di “Identità di pizza” molto si sono impegnati su questo fronte.

Così **Simone Padoan** (I Tigli, San Bonifacio) racconta i suoi approfondimenti su ben sette tipi di lieviti differenti che usa nel suo locale, realizzati con lievito madre (uno per le preparazioni dolci e uno per quelle salate), varie tipologie di farina e germinati di grano. Cambio di scena, arriva **Franco Pepe** (Pepe in Grani, Caiazzo) per la sua lezione sulla pizza, la cui “intelligenza” si concentra sull'uso delle materie prime del territorio: non un facile slogan, ma la riscoperta autentica di prodotti dai grandi sapori. E infatti arriva con una valigia colma dei prodotti del casertano, compresa la “sua” farina da grani locali. **Benjamin Bilali** (pizzaiolo consulente), studia gli impasti senza glutine con germinati di grano saraceno, utili a dare una buona struttura all'impasto, adatto ai celiaci, mentre **Fiorella e Roberto Ghisolfi** (Lo Spicchio, Cremona) presentano 5 tipi di lievito madre da differenti germinati (ad es. di grano saraceno, di ceci). A dimostrazione che anche una pizza al trancio, se ben fatta, può soddisfare con intelligenza stomaco e portafoglio dei clienti.

tre per chi ha il colon irritabile, un piatto ricco di triptofano, amminoacido “miracoloso”, a base di carrè d'agnello e salsa d'uovo. Un impegno encomiabile.

Nico Romito, tre stelle da quest'anno per il suo Reale a Castel di Sangro, dice: «La cucina deve essere silenzio, noi cuochi dobbiamo fare un passo indietro e far parlare la cucina». La sintesi del suo pensiero è nel piatto, che deve saper “parlare” a tutti; così Romito con un filmato racconta l'essenza degli ingredienti, presentando piatti fatti con quattro basi (scampi, carciofi, spigola e mandorla), quattro elementi che diversamente incrociati fra loro possono dare vita a infiniti piatti. Perché la base del carciofo a vapore frullato, separata la parte soli-

da da quella liquida, diventa il passe-partout di varie ricette, dal baccalà al risotto allo stesso carciofo arrostito, che così acquista ulteriore intensità. Insomma, si studia nel dettaglio, si approfondisce l'approccio alla materia prima, si applicano tecniche che aiutano ad estrarre, concentrare, insaporire, cuocere nel rispetto degli ingredienti, si studiano abbinamenti che vanno oltre la separazione fra dolce e salato, giocando anche sull'effetto sorpresa di piatti che somigliano a qualcosa e invece sono tutt'altro. Perché una cosa è certa: superata la necessità della pura e semplice nutrizione, chi oggi pranza fuori casa cerca piacere, divertimento, benessere, emozioni. Cose che richiedono una cucina davvero intelligente.



(foto: Brambilla-Serrani)

Nico Romito e il suo Vitello in umido con misticanza alcolica



L'hamburger diventa gourmet

È il fenomeno del momento e da incontrastato protagonista del fast food si muove nel territorio più vasto della ristorazione, anche alta, favorito dalla diffusione di locali a tema

L' DI PIETRO CINTI

L'hamburger è una delle mode alimentari del momento. Ma scordatevi gli anni '80, i paninari, il loro bizzarro abbigliamento e i neologismi anglo-maccheronici che hanno caratterizzato quella breve stagione ormai consegnata alla memoria. Oggi, dopo 30 anni di fast food, di catene a stelle e strisce, con qualità standardizzata verso il basso, calorie e zuccheri a gogò e tanti dubbi dell'uomo della strada sulla provenienza e la salubrità di quanto finisce tra due fette di pane in quei locali, tutti uguali l'uno all'altro, oggi l'hamburger ritorna in una dimensione nuova, che raccoglie spunti e suggestioni dall'alta cucina internazionale, si nutre della sovraesposizione mediatica di chef stellati, diventa medium attraverso il quale trasferire a un pubblico ampio concetti quali ricerca della materia prima, biologico, massima libertà nella creazione di nuove ricette, tra etnico e localismo spinto. In due parole l'hamburger gourmet.

MEGLIO ITALIANO. In principio fu un "paninaro" di New York a inventare l'hamburger più caro del mondo, farcito con foie gras e caviale: era il 2000, la crisi econo-

mica globale era uno spettro di là da venire, aveva inizio la corsa del mercato mondiale verso il più caro, il più appariscente. Molto tempo più tardi, alla nostra latitudine, l'hamburger gourmet debuttò in Italia quando Gualtiero Marchesi, icona della grande tradizione culinaria nazionale, firmò un panino per la multinazionale dell'hamburger Mc Donald's, sdoganando il connubio, solo pochi anni prima considerato eretico, tra chef di rango e hamburger. Da quel momento in poi è stato un fiorire di creazioni da parte di esponenti della new wave culinaria tricolore: ognuno ha messo tra due fette di pane la propria essenza, la propria filosofia. Tanto che è stato pubblicato un libro intitolato "Hamburger all'italiana" che raccoglie ricette e ha una prefazione di Joe Bastianich, con una delle sue sentenze lapidarie: "L'Italia è il solo paese capace di rendere giustizia all'hamburger".

OGGI MILANO È LA CAPITALE italiana dell'hamburger, anche in versione gourmet. «È la città più cosmopolita d'Italia – dichiara Massimo Sassi, titolare di Agenzia Lombarda – ed è aperta a tante influenze di tradizioni alimentari diverse provenienti da tutto il mondo,





5 fattori chiave dell'hamburger gourmet

MATERIA PRIMA

Ricerca della qualità sulla materia prima, preferibilmente fresca, locale, da circuiti bio. La provenienza degli ingredienti è indicata in menù



RICETTE

Tocco gourmet nelle ricette e negli abbinamenti, no a salse e condimenti "industriali"

BEVANDE

No bevande di mass market, ma birre artigianali e vino (meglio naturale)



MOOD

Immagine che si appropria degli stilemi del fast food e li attualizza

SERVIZIO

Abbinamento con contorni freschi o ricettati e servizio al tavolo





IL CONCEPT

Mucche e Buoi: la carne è di casa

Un concept che valorizza la tradizione di una famiglia di macellai da tre generazioni e lo trasferisce a Milano dalla Campania. Mucche e Buoi offre un hamburger con grandi dosi di italianità, dalle carni, macinate fresche e offerte in tre taglie (M, L, XL con polpetta da 500 grammi), con contorno di patate e accompagnate da una buona selezione di bottiglie di vino. «Abbiamo creato un locale accogliente - spiega Giovanni Borrelli, il titolare - con un'atmosfera familiare e una grande attenzione alla qualità e ai dettagli». Con 120 coperti, Mucche e Buoi porta il panino gourmet nel tradizionale ristorante all'italiana.

forse perché la nostra cucina tipica non è sopravvissuta». Agenzia Lombarda dal 1929 fornisce alimentari all'ingrosso per il canale fuoricasa, quindi è un punto di osservazione privilegiato per comprendere le nuove tendenze sulla piazza meneghina.

«L'hamburger gourmet - prosegue Sassi - è un fenomeno in crescita,

magari durerà lo spazio di poche stagioni, ma sta dando una ventata di novità in città. Noi vendiamo a questi locali la carne Usa, in particolare sottofesa di black angus, che è perfetta per questa preparazione, perché è infiltrata di grasso, quindi più morbida e saporita. Alcuni nostri clienti si sono dotati di tritacarne professionali e

con quelli macinano ogni giorno e preparano gli hamburger freschi, così possono variare i tagli e le aromatizzazioni. Anche se un po' impegnativo, quello del tritacarne professionale è un investimento che si ripaga velocemente».

IFATTORI DI SUCCESSO dell'hamburger gourmet sono molteplici. Alcuni riguardano l'offerta di questi locali, che puntano su carni da razze pregiate (chianina, fassona, limousine), da animali secondo i dettami dell'allevamento biologico, pani artigianali, salse autoprodotte e verdure fresche, spesso a chilometro zero, formaggi di alta qualità.

L'abbinamento preferito è con la birra artigianale, magari italiana, anche se alcuni locali puntano pure su buone bottiglie di vino. Banditi ketchup, maionese, soft drinks delle multinazionali, tutto è rivisto in un'ottica gourmet e tailor made. Altra peculiarità, il servizio al tavolo, qui presente e assente nei locali delle grandi catene multina-

L'OPERATORE

Da Ham il burger è di qualità

Fornire hamburger surgelati di qualità per evolvere l'offerta di pub e pizzerie: la missione di Ham, azienda campana specializzata nella distribuzione di polpette premium, è perfettamente accordata con le tendenze del mercato. «Con i nostri prodotti - dichiara Salvatore Russo, titolare - i locali possono affiancare alla solita linea di panini una gamma di prodotti di alta qualità, da carni nazionali e dai migliori tagli internazionali, senza additivi, con hamburger che restituiscono il gusto pieno della carne». Ham propone hamburger surgelati, che offrono ai locali la possibilità di espandere il proprio business, senza grandi investimenti, con una buona dose di servizio aggiunto.



Massimo Sassi

Agenzia Lombarda

Sede legale

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

www.agenzia lombarda.com

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

Fatturato: 15 milioni €

Addetti: 30

zionali del panino. Accomuna fast food e panino gourmet il piacere di mangiare con le mani, in modo informale e il target, anche se la differenza di prezzo (gli hamburger gourmet vanno dagli 8 agli oltre 20 euro) “seleziona” la clientela.

LA SCELTA DEL TERRITORIO

Meet il meglio della food valley nei panini

Neanche Parma, capitale della food valley italiana, è indenne da questa tendenza. Nella città famosa per i suoi prodotti alimentari, l'hamburger di Meet si intride di tipicità, sposa la carne biologica di Gotra di Albereto sull'Appennino parmense, il Tartufo Nero di Fragno, si fa bio e a km0, come nella collaborazione con il Podere Stuart che fornisce gli ortaggi freschi o nella Spalla Cotta di San Secondo, ingrediente per alcune preparazioni. «Siamo a chilometro zero - dichiara Paolo Cerri, uno dei titolari - vendiamo prodotti biologici e del territorio. Seguiamo la stagionalità e ci ispiriamo, per le ricette, alla nostra tradizione alimentare».

Meet, che ha 60 coperti, piace a un target eterogeneo che va dai 20 ai 70 e più anni, catturato dalla formula e dalla sicurezza delle materie prime di qualità utilizzate. «Non poniamo limite alla fantasia per i nostri panini - conclude Cerri - se non la cura per gli ingredienti provenienti dal territorio». Anche l'hamburger può diventare local e no global, chi l'avrebbe mai detto?

La ricetta degli chef Apci

Hamburger con pane al pomodoro e sesamo, melanzane, zucchine, caciocavallo e maionese al prezzemolo



INGREDIENTI PER 6 PERSONE:

700 g di scamone di fassone; 1 mazzetto di erbe aromatiche (prezzemolo, basilico, maggiorana); 50 g di senape; 80 g di pane ; 1 dl di latte; 300 g di maionese; 200 g di zucchine; 200 g di melanzane; 6 panini al pomodoro e sesamo; 200 g di caciocavallo; olio extravergine di oliva; sale e pepe



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

PROCEDIMENTO:

Tritare la carne e lavorarla con metà erbe tritate e la senape; unire il pane ammorbidito nel latte e tritato; aggiustare di sale e pepe e formare gli hamburger.

Tritare le rimanenti erbe e unirle alla maionese.

Tagliare le verdure a fette, condirle con sale, pepe, olio e cuocerle con la modalità grill.

Cuocere gli hamburger in combinato, mantenendo l'interno rosato; lasciare riposare qualche minuto.

Tagliare il pane a metà, farlo tostare con modalità grill, farcirlo con le verdure, il formaggio a fettine, l'hamburger e servire con la maionese alle erbe.

CUOCO AUTORE: DANILO ANGÉ, CHEF IMPRENDITORE DEL GUSTO

Menu di carne? McCain fa la differenza nel piatto

Non c'è bistecca o controfiletto che non venga servito insieme a gustose patatine fritte: scegliere il taglio giusto è il segreto per valorizzare ancora di più la propria offerta!



Le proposte di McCain, leader internazionale nella produzione di soluzioni a base di patate prefritte e surgelate, sono sempre volte a fornire al mondo della ristorazione suggerimenti innovativi e originali adatti alle diverse tipologie di locale e di servizio.

La patata, si sa, è l'accompagnamento ideale per ogni tipo di carne: il classico tagliolo largo SteakHouse (9x18 mm), per esempio, è uno dei contorni più scelti per bistecche e tagliate, grazie al gusto pieno e alla consistenza ricca e corposa.

Ma la parola chiave per McCain è differenziazione: servire un prodotto unico che meglio si abbina ai diversi menu a base di carne è sicuramente una strada interessante da percorrere. Bastano infatti pochi accorgimenti per valorizzare ogni portata e renderla ancora

PROFITABILITÀ

Grazie al taglio particolare e alla forma concava Wedgehouse e Fry'n'Dip assicurano una maggiore porzionabilità nel piatto, migliorando il food cost

SERVIZIO

Pronte in pochi minuti personalizzano i menu più elaborati e rappresentano una proposta differenziante

QUALITÀ

Rimangono calde e croccanti per oltre dieci minuti dopo la cottura

SICUREZZA

Garanzia di origine e tracciabilità della materia prima

più invitante agli occhi del cliente.

L'hamburger? Sarà più completo e appetitoso se accompagnato con Fry'n'Dip, la patatina dall'esclusivo taglio concavo a forma di 'U': un connubio perfetto tra bordi sfiziosi e croccanti e interno soffice di patata, ideale se servita con gustose salse.

Così anche la grigliata più tradizionale diventa un piatto gourmet quando il contorno ne esalta l'aspetto e ne valorizza la presentazione.

Per tagli di carne più pregiati, dal controfiletto al

filetto, l'accompagnamento proposto è invece la Wedgehouse: il suo taglio elegante e l'aspetto artigianale si sposano bene anche con i piatti e le ricette della tradizione. La tipica forma a spicchio lungo e sottile assicura un'ottima porzionabilità rispetto ai contorni classici, garantendo così un maggior volume nel piatto. La facilità di cottura tipica di un bastoncino, pronto in friggitrice in solo 3 minuti, unita alla praticità della cottura al forno, fanno della Wedgehouse un prodotto estremamente versatile in cucina.

Il vantaggio più grande però è uno solo: stupire e conquistare ogni giorno i clienti più esigenti. Buon appetito!

McCain Alimentari (Italia) S.r.l.
FOOD SERVICE
www.mccain-foodservice.it
infofoodservice@mccain.it
Tel. 0354526136



Sicurezza alimentare, attenti alle frodi

C' DI FRANCESCA PULITANÒ
è un tema che, purtroppo, si può definire sempreverde: quello della frode alimentare da

distinguersi nei due filoni della frode sanitaria e della frode commerciale.

Vogliamo soffermarci, in particolare, su quella sanitaria, che consiste nel rendere potenzialmente o sicuramente nocive le derrate alimentari, e nel verificarsi della probabilità o certezza di procurare un danno alla salute dei cittadini.

I reati relativi alla detenzione o messa in commercio di alimenti in qualche modo nocivi per la salute rientrano nel novero dei reati cosiddetti di pericolo, il che significa che non occorre che effettivamente l'effetto dannoso si sia verificato, ma è sufficiente la potenzialità nociva della condotta. Ancora: non si deve trattare di pericolo meramente ipotetico, ma è necessario che il pericolo sia concreto e ricavabile con qualunque mezzo di prova, anche di comune esperienza (per esempio, olfattivo o visivo).

Si deve inoltre ricordare che il diritto penale è sempre volto alla tutela di un bene giuridico: in questo caso esso coincide con la salute pubblica. Da questa considerazione si possono trarre alcune indicazioni sui rispettivi ambiti di applicazione della legge del 1962 e delle norme del codice penale: mentre queste ultime puniscono le condotte di contraffazione, adulterazione e simili e quelle che, pur non costituendo contraffazione, mettono in pericolo la salute pubblica, quelle della legge 283/1962 hanno il fine di garantire l'igiene della produzione e della vendita degli alimenti e quindi, in modo indiretto, di tutelare anche la

Facciamo il punto sulle frodi alimentari e in particolare su quelle sanitarie. La legislazione italiana e quella europea sono precise al riguardo, ma quel che conta è il senso di responsabilità degli operatori in una materia così delicata

salute pubblica.

Si dice, tecnicamente, che le previsioni del codice penale e quelle della legge 283 sono collegate da un rapporto di sussidiarietà: non c'è concorrenza nell'applicazione di queste norme, ma l'art. 5 della legge 283/1062, che prevede una contravvenzione, resta assorbito nella fattispecie del codice penale.

nel caso delle
frodi alimentari
il diritto penale
tutela la salute

LA VISIONE EUROPEA. Guardando al di fuori del nostro Paese, scopriamo l'esistenza di una recentissima risoluzione del Parlamento europeo, emanata il 14 gennaio 2014 (riferita alla crisi alimentare, le frodi nella catena alimentare e il loro controllo), in conseguenza della scoperta della 'vasta rete di frodi che faceva passare la carne di cavallo per carne bovina'. Il Parlamen-

to europeo, prendendo atto di tutte le vicende occorse all'interno degli stati membri, ha espresso rammarico nel constatare la scarsa attenzione degli organi dell'Unione Europea verso il tema della frode alimentare, ed ha rilevato che è molto difficile individuare una nozione comune di frode.

In virtù di ciò, «sottolinea la necessità di adottare rapidamente una definizione armonizzata a livello dell'UE sulla base delle discussioni condotte con gli Stati membri, le parti interessate e gli esperti, che includa anche aspetti come l'inosservanza della legislazione in materia alimentare e/o l'induzione in errore dei consumatori (compresa l'omissione delle informazioni sul prodotto), l'intenzionalità, l'eventuale profitto economico e/o il vantaggio dei consumatori».

Il documento osserva inoltre che è particolarmente riprovevole il fatto che la frode alimentare spesso comporti un notevole profitto per chi la pone in essere, cui fa da pendant la scarsa probabilità di essere scoperto. Esso si conclude con l'auspicio dell'istituzione di appositi organismi, che operino rigorosamente su diversi fronti, da quello del controllo, connesso con la tracciabilità dei processi produttivi e di commercializzazione, a quello

delle sanzioni, delle quali si propone l'inasprimento.

In effetti, la frode alimentare può presentare molte sfaccettature, e troppo spesso essa viene posta in essere subdolamente, in modo tale che non sia possibile captarne i segnali.

LA FRODE PUÒ CONSISTERE nella manipolazione degli alimenti con sostanze che ne alterino la genuinità. Da notare come anche il concetto di genuinità possa essere guardato sia sotto il profilo naturale, cioè essere riferito ad un alimento non toccato in alcun modo dall'uomo, sia sotto il profilo legale: in questo secondo senso, può essere considerato genuino un prodotto che abbia caratteri di composizione (qualitativa e quantitativa) e merceologici corrispondenti a norme di legge. In altri termini, la cui modifica sia avvenuta con criteri legalmente riconosciuti.

In un altro senso, la frode può essere integrata dal cosiddetto stato di alterazione: esso si verifica quando la composizione originaria di una sostanza alimentare si modifica a causa di fenomeni degenerativi spontanei, determinati da errate modalità o da eccessivo prolungamento dei tempi di conservazione. Tra i tanti esempi possibili, eccone alcuni:

- famoso quello del vino al metanolo, sostanza tossica impiegata per aumentare artificialmente il grado alcolico;
- per il pesce, gli eventi più frequenti sono la vendita di prodotti congelati per freschi, la vendita di pesce allevato spacciandolo per pescato, la vendita di specie diverse da quelle dichiarate, la vendita di prodotti alterati ma trattati con additivi che ne mascherino il reale stato;

- per l'olio, l'alterazione si realizza con l'aggiunta di oli di semi scadenti, quando non si ha completa contraffazione (olio di semi spacciato per olio d'oliva);
- quanto ai latticini, è stato più volte scoperto il trattamento delle mozzarelle con caseine industriali o il commercio di latte annacquato (o ricostituito da latte in polvere o trattato per coprirne l'inacidimento);

- nell'ambito dei farinacei, frodi tipiche sono quelle del pane con grado di umidità eccessivo, in modo da renderlo più pesante, o della pasta venduta come grano duro anche se composta da sfarinati di grano tenero;

- sul versante della carne, la gamma di comportamenti rilevanti è ampia: si va dagli animali ingrassati con sostanze non consentite, ad esempio ormoni o altro (in tali casi la carne è molto impregnata di acqua e si riduce cuocendola), all'ipotesi della carne contenente residui di medicinali, il cui trattamento non è però stato dichiarato e non è stato osservato il termine di sospensione tra il trattamento stesso e la macellazione. Ancora, talvolta accade che venga venduta carne della stessa specie ma di qualità diversa (come vitello adulto al posto del vitello), oppure che tagli meno pregiati siano venduti come tagli pregiati.

LA GIURISPRUDENZA SI DEVE sempre muovere in equilibrio tra esigenze contrapposte, quali appaiono, talvolta, la celerità dei commerci e la sicurezza dei consumatori. Ne è emblema il seguente caso: un importatore di barrette muesli con frutta era stato sottoposto a procedimento perché si era osservata la presenza di una infestazione di parassiti e si era accertato che non erano stati eseguiti controlli da parte sua.

La Corte di Cassazione penale, investita dopo i due gradi di giudizio nel merito, aveva affermato il principio (sezione III, 17.06.98, n. 7214) dell'esistenza di un obbligo dell'importatore, presupposto da tutte le norme anche comunitarie in materia di frode in commercio, di controllare a campione le confezioni di merce da lui trasportate. Nel caso di specie, tuttavia, poiché si era accertato che l'infestazione riguardava solamente due scatole, la Corte di Cassazione aveva anche sostenuto che "non è possibile affermare che il prescritto controllo, anche se regolarmente effettuato, avrebbe consentito all'importatore di evitare la commercializzazione delle due scatole incriminate", ed aveva quindi concluso nel senso che "nel caso in esame, man-

Fonti normative in tema di frode alimentare

- Art. 439 ss. del Codice penale (Delitti di comune pericolo mediante frode)

- Legge 30 aprile 1962 n. 283 (Disciplina igienica della produzione e della vendita delle sostanze alimentari e delle bevande).

- Risoluzione del Parlamento europeo 14.01.2014 sulla crisi alimentare, le frodi nella catena alimentare e il loro controllo

ca del tutto la prova della sussistenza dell'elemento psicologico del reato".

Viceversa, una recentissima pronuncia della stessa Sezione (28 gennaio 2014, n. 3711) ha considerato un caso di esposizione e vendita di prodotti ittici andati a male su una bancarella posta ai margini di una strada statale: in questa ipotesi si è rilevata una interruzione della cosiddetta 'catena del freddo', vale a dire, secondo una definizione desunta dal Dizionario Internazionale della refrigerazione, "la continuità di mezzi impiegati in sequenza per assicurare la conservazione a bassa temperatura di derrate deperibili dalla fase di produzione al consumo finale". In tal modo la Corte ha affermato la sussistenza della condotta integrante la contravvenzione di cui all'art. 5 l. 283/1962, cui si è aggiunto l'accertamento dell'elemento psicologico della colpa, dato che non c'era stata osservanza delle regole elementari della conservazione.

In ogni caso, al di là dei tecnicismi giuridici applicati dalle corti giudicanti, e in attesa che l'Unione europea torni sul tema, possiamo senz'altro concludere ricordando come, in un ambito così delicato, il senso di responsabilità degli operatori dovrebbe essere il criterio informatore di ogni passaggio del cibo, dalla produzione al consumo finale.

IN DISPENSA

Le tante farine della “nuova” pizza

*La pizzeria esce dall'improvvisazione ed entra nella ristorazione.
Usando lievitazioni lunghe e farine robuste, più digeribili e nutrienti.
Creatività, formazione e tecnica sono indispensabili
al pizzaiolo del terzo millennio*

COSTANZA

LA BUONA FARINA DEVE DARE
CONTINUITÀ E UNA RISPOSTA
UGUALE AD OGNI IMPASTO

LENTEZZA

LIEVITAZIONI LENTE: DANNO
IMPASTI PIÙ DIGERIBILI,
SPRIGIONANO AROMI E
PROFUMI DI GRANO

SALUTE

DIGERIBILITÀ
E SALUBRITÀ:
LE RICERCA UNA
CLIENTELA SEMPRE
PIÙ ESIGENTE



INTOLLERANZE

CHI USA FARINE E INGREDIENTI DIVERSI DAI "CLASSICI" LO SEGNALI AL CLIENTE, CHE POTREBBE ESSERE SOGGETTO A INTOLLERANZE

NICCHIA

LE FARINE INTEGRALI O CON ALTRI CEREALI AGGIUNTI SONO ANCORA DI NICCHIA, MA PIACCONO AL CLIENTE ATTENTO AGLI ASPETTI NUTRIZIONALI.

COMPOSIZIONE.

LE FARINE MACINATE A PIETRA HANNO UNA SEMOLA IRREGOLARE, PIÙ NUTRIENTE, CON ELEVATA PRESENZA DI CRUSCHE, VITAMINE E SALI MINERALI E UN SAPORE DI GRANO PIÙ FORTE E DECISO

T DI ANNA MUZIO
era una volta la farina, bianca, acquistata dal fornaio e lavorata al momento. Il pizzaiolo

al tatto decideva se fosse più o meno buona. E la tecnica era sempre quella, una sorta di catena di montaggio senza tanti retrospensieri. Poi, complice anche il grande mietitore, la crisi economica, si è (ri)scoperto che la pasta per pizza è come il buon vino: migliora maturando. E si è tornati ai sistemi antichi.

«Oggi ci si sta spostando verso lievitazioni lunghe e lunghissime che trovano risposta nelle farine di forza ad alto valore proteico. La farina buona? Va analizzata e deve avere una risposta costante nel tempo», spiega Antonio Dilorito, titolare di Mister Chef.

Gli fa eco Valeria Alberti, responsabile marketing di Agugiario & Figna. «I pizzaioli sperimentano nuovi impasti, per creare il giusto equilibrio

di gusto e sapori.

È aumentata l'attenzione verso la tecnica d'impasto e lo studio della lievitazione. Ci si è resi conto che l'arte della pizza non può essere improvvisata».

ANCHE IL PRODOTTO MIGLIORE

infatti è inutile se non lo si sa lavorare al meglio. «Ogni farina ha delle proprie caratteristiche che vanno conosciute e approfondite, e ogni farina va lavorata in maniera diversa in base al prodotto e risultato finale che si vuole ottenere» spiega Alberti. I corsi di formazione dunque sono importantissimi. «La linea di farine *Le 5 stagioni* si compone di oltre 20 referenze, che riescono ad abbracciare un bacino sempre più grande di richieste specifiche. Per tipologia di prodotto desiderato, tempi di lievitazione o caratteristiche di cottura».

Nel Centro di ricerca & sviluppo

LA PAROLA AL PIZZAIOLO

Impasto regolare e qualche idea in più

«**L**a buona farina si seleziona secondo il modo in cui si intende impastare» dice Paolo Di Blasio di Pizza Bar, pizzeria a gestione familiare con 90 posti a sedere a Silvi Marina (TE), 58 anni e una vita da pizzaiolo e cuoco. «Io uso la maturazione lenta con lievito madre che assicura una pizza più fragrante e digeribile. Ho un armadio frigo che contiene 60/70 casse da 15 palline. Ogni giorno lavoro l'impasto e rigenero quello già preparato uno o più giorni prima. Di solito utilizzo la miscela di soia e la rossa con W 380. Mi capita di cambiare a seconda dell'estro, ho anche utilizzato le macinate a pietra ma le trovo un po' care per una pizzeria come la nostra».

Il mondo delle farine negli ultimi anni è cambiato? «Tantissimo, per la scelta dei grani e la costanza dei risultati. Una volta le farine non avevano la stessa assorbenza, necessitavano di aggiustamenti, oggi possiamo ottenere impasti perfetti e uguali tutti i giorni».

La crisi? Si sente certo. «Un po' l'ho superata utilizzando la mia esperienza di cuoco e inventandomi il giovedì e venerdì, giorni difficili, le "serate baccalà" in cui propongo pizze con topping di baccalà con vari abbinamenti, dalla salsa di ceci ai broccoli, ai peperoni».

DALLA DISPENSA QUALITALY



CLASSICA, MITICA E SUPERBA ORA DA 10 KG

È un'innovazione interessante, quella della confezione di farina per pizza da 10 kg. Un vantaggio in termini di movimentazione (contro i 25 kg classici) e anche in termini di conservazione del prodotto, che viene consumato prima.

Classica è indicata per impasti a breve lievitazione (2-6 ore), per la produzione di pizze tradizionali e al trancio tipo "mattonella" (a pasta alta).

Mitica è invece una farina ad alto contenuto proteico, specifica per la produzione di prodotti da forno a lunga lievitazione (18-21 ore).

Superba è una farina di grano tenero tipo 00, molto equilibrata e ideale per tempi di lievitazione medi (8-13 ore), indicata per il lavoro giornaliero.



Antonio Dilorito

MISTER CHEF SRL

Sede operativa: Via Danubio, Capannone A 65016 Montesilvano (Pe)
Tel. 085/4681829

Fatturato 8 milioni di euro

Numero addetti 15

Zona servita Abruzzo e parte delle Marche



Due momenti dei corsi per neo pizzaioli tenuti da Agugiaro & Figna



Agugiaro & Figna si tengono ogni giorno corsi per chi vuole aprire una pizzeria o ha già un'attività e ha bisogno di consulenza per perfezionare i prodotti, o ampliare la tipologia di pizze offerte. Sono farine e lavorazioni per tutte le pizzerie? Dice Dilorito: «Un costo della farina maggiore del 10-15% è compensato dalla riduzione degli sprechi assicurata dalle lievitazioni lunghe (i panetti si conservano in frigo per giorni).

La farina del resto incide per un mero 1% sul costo totale della pizza. L'unico componente indispensabile è uno spazio refrigerato piuttosto grande dove stoccare i panetti di pizza a una temperatura costante di 2/4 °C, ad uso esclusivo per garantire

conoscere le caratteristiche specifiche di ogni farina per ottenere i migliori risultati

stabilità di temperatura».

Secondo Alberti «La grandezza della pizzeria è irrilevante nella scelta delle materie prime di alta qualità, o di impasti particolari.

È il pizzaiolo che deve proporre nuove tipologie per stupire, o educare il gusto del pubblico alla cultura di una pizza nuova, magari mai mangiata, incontrando così più gusti e consensi, con l'opportunità di ampliare il proprio business».

Largo alla pizza gourmet dunque sdoganata da chef pluristellati?

«Fino a un certo punto: se la pizza dovesse perdere quelle caratteristiche che le hanno permesso di conquistare il mondo, semplicità ed economicità, non dovrebbe più essere chiamata pizza», conclude Dilorito.

Solo su Sky tutte le 64 partite dei Mondiali di Calcio FIFA Brasile 2014



Chiamaci **199 30 91 91*** www.bar.sky.it

*Tariffa massima da rete fissa, senza scatto alla risposta, pari a 0,15 euro/min (IVA inclusa). I costi delle chiamate da telefono cellulare sono legati all'operatore utilizzato.



FARINA DI GRANO TENERO TIPO 00

Farina di grano tenero tipo "00" ottenuta dalla macinazione e abburattamento di grano tenero preventivamente pulito e liberato da sostanze estranee e impurità.

CARATTERISTICHE Farina conforme alla normativa vigente in materia, con particolare riferimento alla legge n° 580 del 04/07/67. Prodotto pulito, omogeneo, senza parti agglomerate, esente da macchie, frammenti o corpi estranei di qualsiasi natura e dimensione. Assenza d'ingredienti, additivi o coadiuvanti tecnologici aggiunti di qualsiasi specie. Colore bianco tendente a colore crema, odore naturale senza odori estranei o cattivi, sapore gradevole e caratteristico

FORMATO Sacchetto in carta da 1 Kg

DURATA E CONSERVAZIONE Un anno dalla data di confezionamento. Da conservare in luogo fresco e asciutto lontano da fonti di calore e dalla luce diretta.



PESTO

ALLA GENOVESE

Caratteristiche organolettiche: di colore verde intenso, con una consistenza tipica e una leggera separazione di olio in superficie, dall'accentuato sapore di basilico e formaggio, il Pesto alla genovese Quality è una valida alternativa per rispondere con flessibilità alle richieste dei clienti.

Ingredienti: è realizzato secondo tradizione, con basilico fresco, aglio, pinoli e olio di oliva, reso più delicato dal mix con olio di girasole. Non contiene conservanti, Ogm, glutine. Conservare in frigorifero dopo l'apertura.

Confezione: vaso in vetro richiudibile da 1 kg.



SALSICCIA DIAVOLETTA

Dalla Salumeria Quality questa salsiccia piccante è ottenuta dalla lavorazione di pura carne suina con sale, latte scremato in polvere, destrosio, spezie e aromi. Non contiene glutine.

Caratteristiche: è un prodotto stagionato confezionato in sacchetto sottovuoto, con una shelf life di 90 giorni se conservato in luogo fresco ed aerato a una temperatura massima di 18°C. Peso medio della singola confezione 500 g. Viene poi imballato in cartoni da 26 unità per un peso complessivo di 13 Kg.

RISO

QUATTRO VARIETÀ IN GAMMA

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

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

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

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



VIVI TUTTI I MONDIALI FIFA 2014 CON IL TICKET SKY

A soli
€ 590



FIFA WORLD CUP
Brasil

sky SPORT HD

LICENSED BROADCASTER

Dal 12 giugno al 13 luglio, solo su Sky **tutte le 64 partite dei Mondiali FIFA Brasile 2014**. Scegli il ticket Sky per portare nel tuo locale l'evento calcistico più atteso dell'anno. Inoltre, vedrai la MotoGP™, la Formula 1® e il finale di stagione della Serie B Eurobet, Playoff e Playout inclusi.

E in più i canali

sky SPORT 24 HD

sky TG24 HD

sky MUSIC



Chiamaci **199 30 91 91*** www.bar.sky.it

sky

Liberi di...

Offerta valida fino al 31/05/2014 riservata a nuovi clienti non residenziali. Costo di attivazione: incluso (anziché 99€+IVA). Costo di installazione Pronto Sky: 49€+IVA (anziché 180€+IVA). Costo del ticket Grandi Eventi: €590,00 +IVA con pagamento in unica soluzione. Visione condizionata al rispetto delle Condizioni Generali Sky Business. Il 24/11/2014 la visione si interromperà automaticamente. Presupposto per la fruizione del servizio Sky HD è il possesso di un televisore HD, con connessione HDMI e protocollo HDCP. Il logo F1, F1 FORMULA 1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX ed i relativi marchi sono marchi di titolarità di Formula One Licensing BV, società del gruppo Formula One. Tutti i diritti riservati. *Tariffa massima da rete fissa, senza scatto alla risposta, pari a 0,15 euro/min (IVA inclusa). I costi delle chiamate da telefono cellulare sono legati all'operatore utilizzato.

L'induzione è servita

Pratici, a elevato rendimento, sicuri e “puliti”, i piani a induzione non sono ancora così diffusi come meritano

I vantaggi dell'induzione

EFFICIENZA ENERGETICA.

L'induzione ha un rendimento energetico del 95%, mentre i tradizionali sistemi a gas hanno un rendimento del 50-60%

ELIMINAZIONE DELLE DISPERSIONI.

Per ogni euro speso di elettricità, solo 3 centesimi vengono dispersi con l'induzione, contro un rapporto medio di 1:1 degli altri sistemi

TEMPI DI COTTURA RIDOTTI.

Per bollire un litro d'acqua occorrono 90 secondi. Per bollirne tre litri sono necessari 4 minuti circa.

CONTROLLO DELLA TEMPERATURA.

La regolazione accurata della temperatura consente di mantenerla costante, garantendo un risultato migliore

AMBIENTE DI LAVORO.

Temperatura più fresca, (fino a 15-20°C in meno), aria meno inquinata e più respirabile, pulizia più facile e immediata

DI RACHELE AGOSTONI

Lucidi, lisci, neri ed eleganti: i piani a induzione cominciano a prendere piede nelle cucine professionali. «Il loro costo è elevato rispetto ai piani tradizionali – spiega Roberto Zanobi, di Formasal – per questo sono ancora poco diffusi, almeno nell'area che io copro, ma il maggior rendimento e l'accorciamento dei tempi di cottura compensano almeno in parte lo svantaggio del costo di acquisto. Credo che siano più frequenti al nord, soprattutto nei locali importanti, dove è più facile ammortizzare il prezzo d'acquisto. Chi vuole risparmiare può scegliere delle piastre da appoggio a induzione, che però hanno un rendimento inferiore». Ci sono però dei vantaggi da considerare. «Si disperde meno calore nell'ambiente – continua – che resta più fresco. Inoltre questi piani possono essere utilizzati anche nei locali dove non ci si può allacciare al gas, come spesso capita nei centri storici».

MA COME FUNZIONA un piano a induzione? «Va ad elettricità – spiega Chiara Buoso di Hicook – e utilizza una tecnologia che permette attraverso



Piano di cottura a induzione
Adventys - Linea da
appoggio Bioline, Modello
Bric 3000

con l'induzione lo chef deve acquisire nuove competenze, ma i risultati sono superiori rispetto ai piani tradizionali



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

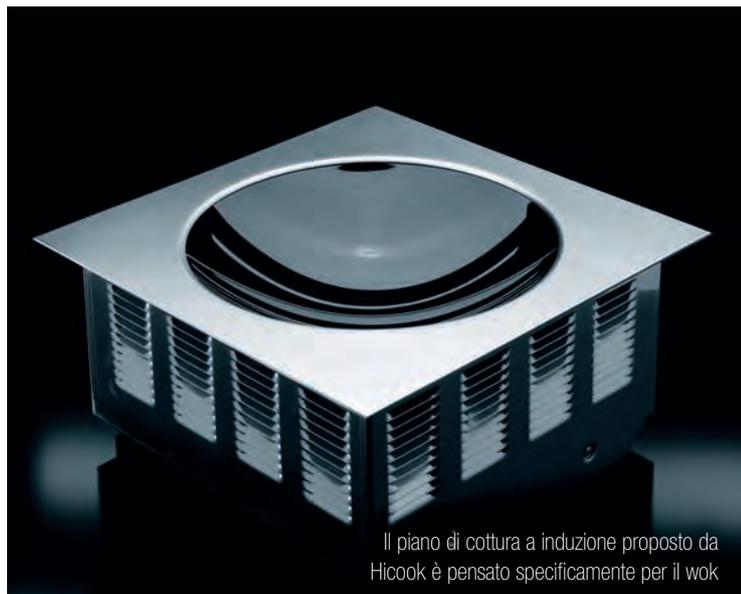
so la creazione di un campo magnetico di riscaldare le pentole. Proprio per il fatto di essere elettrici, questi piani sono molto più sicuri rispetto ai fornelli a gas e, poiché il calore si trasferisce direttamente alla pentola senza dispersioni, la cottura è più

veloce e non si riscalda l'ambiente circostante. Si riducono in questo modo gli investimenti in impianti di raffrescamento dell'ambiente di lavoro e i consumi di energia elettrica. Insomma questi nuovi piani di cottura rendono l'ambiente lavorativo

IN CUCINA

più sano e piacevole, aspetto molto importante visto il notevole numero di ore che vi trascorre il cuoco. Il costo è giustificato dalla tecnologia di produzione, che richiede ricerca e attenzione nel montaggio, e dai costi di realizzazione alti. Però la spesa è ripagata nel tempo, non solo grazie ai bassi consumi ma anche perché non rende più necessari, o li riduce, gli investimenti essenziali con una cucina dotata di piani a gas: gli impianti di raffreddamento, di deumidificazione o di sicurezza per gli incendi».

ALLO CHEF È RICHIESTO qualche piccolo cambiamento nel modo di cucinare. «Molto spesso - continua - i piani a induzione non hanno le manopole, ma sono dotati di un sistema di regolazione della potenza "touch control": una pulsantiera digitale a sfioramento. Lo chef deve imparare i nuovi tempi di cottura e soprattutto capire a cosa corrispondono le vecchie diciture di "fiamma bassa, media e alta". Lo sforzo dello chef nell'imparare ad utilizzare questo nuovo strumento è ripagato dalle mi-



Il piano di cottura a induzione proposto da Hicook è pensato specificamente per il wok



gliori prestazioni che esso fornisce: migliora la cottura dei cibi, perché avviene in modo omogeneo».

«Per lo chef - sottolinea Mario Sestito di SDS - non cambia il modo di cucinare, è solo importante utilizzare pentole e padelle idonee. La tecnologia a induzione è affidabile, chi ha avuto la possibilità di provarla si è convinto subito dei vantaggi: potenza, assenza di inerzia termica, precisione di regolazione della fonte di calore, flessibilità e sicurezza (non

si usano fiamme libere, o piani radianti con rischio di ustioni). La sua alta efficienza si traduce in risparmio energetico e di conseguenza economico. In assenza di un recipiente, il piano a induzione non produce calore e non consuma energia».

ANCHE I RENDIMENTI sono elevati. «Con l'induzione - spiega Alessandro Carraro, di Offcar - oltre il 90% dell'energia assorbita si trasforma in calore all'interno della pentola, che

MATERIALI IN CUCINA

Questione di pentole



Padella alta della serie 2800 Ballarini Professionale con rivestimento Granitium. Misure disponibili 28-32-36 cm

Per funzionare questi piani richiedono pentole ad hoc. «In passato - spiega Felice Del Magro, consulente di Ballarini Professionale - gli unici recipienti adatti erano quelli in acciaio inox, che avevano al fondo un disco in acciaio ferritico che consentiva lo sfruttamento anche dell'induzione oppure quelli in ferro. In tempi più recenti abbiamo avuto uno sviluppo degli

articoli in alluminio, ottimo conduttore di calore, con basi ferritiche. Questi tegami hanno tempi di cottura più veloci e sono più maneggevoli. Comunque quasi tutti i materiali possono essere combinati con queste basi. Non consiglieri però di raddoppiare l'intera batteria, ma di acquistare recipienti compatibili con le misure dei piani: ci deve essere un rapporto specifico fra le dimensioni dell'induttore e della base ferritica del recipiente. Se viene meno questo rapporto potremmo avere anche una non funzionalità del recipiente. Le cucine professionali moderne dispongono di potenti fonti per induzione, su cui si possono mettere anche recipienti del diametro 40 cm ovvero molto grandi. Un recipiente per l'induzione, comunque, può essere utilizzato su tutte le fonti di calore». Come visto, per usare con successo serve esperienza,





Modello a induzione della serie 90 di Offcar installato su una linea sospesa della serie, con 4 zone e una potenza complessiva di 20 kW

si diffonde in maniera uniforme. In base alle dimensioni del tegame si può selezionare il livello di potenza in maniera molto fine. Bisogna però stare attenti: il sistema a induzione è tanto potente da essere usato nella fusione dei metalli. Una pentola dimenticata troppo a lungo sopra un piano acceso può addirittura fondere. Inoltre i piani sono di vetro temperato ad alta resistenza ma abbastanza delicati, quindi bisogna trattarli con una certa cautela».



Le pentole in rame di Baldassare Agnelli per i piani a induzione

nella regolazione del calore e nelle tecniche di cottura. «Per questo - racconta Angelo Agnelli, titolare e direttore generale della storica azienda di famiglia Baldassare Agnelli - collaboriamo con gli chef per individuare gli strumenti più adatti per ciascun tipo di cottura, nei materiali e nella forma. Grazie al confronto con i cuochi, anche nel nostro centro di formazione, abbiamo perfezionato le nostre pentole, per adattare all'induzione. Così abbiamo dotato i nostri prodotti in alluminio per alimenti di un disco metallico di circa 1 cm che li rende adatti per l'induzione, lo stesso abbiamo fatto per il rame. Il disco non appesantisce eccessivamente le pentole: con quelle in alluminio lo chef può tranquillamente eseguire il salto o lo spadellamento. Quelle in rame, più pesanti perché il rame pesa molto di più dell'alluminio, sono invece adatte alla cottura statica. Ovviamente la maggiore lavorazione implica un 30-40% in più di prezzo rispetto alle omologhe pentole per piani di cottura a fiamma».

L'OPINIONE DELLO CHEF: DANILO ANGÈ

Una tecnologia che richiede apprendimento

Daniilo Angè, ormai da qualche anno chef itinerante, ha imparato a destreggiarsi tra piani di cottura differenti, in base a quanto trova nei locali dove cucina. «Anche se cucinare sulla fiamma ha un fascino unico - ammette - l'induzione ha dei vantaggi notevoli, soprattutto in quanto a praticità. Tra una cottura e l'altra basta una passata al piano per evitare le incrostazioni di sporco bruciate che inevitabilmente si ritrovano a fine turno su un piano tradizionale. E poi i manici delle pentole non scottano, anche se non ci si deve illudere di poter appoggiare una mano su una piastra appena spenta senza scottarsi!



Daniilo Angè

Chi, come me, - prosegue lo chef - ha imparato a cucinare con il gas, quando ha a che fare con l'induzione deve stare molto attento ai tempi di cottura, che si riducono. Un altro vantaggio. D'altro canto con l'induzione si perde una parte dei gesti dello chef: per flambare bisogna dotarsi di un cannello e nel momento in cui si fa saltare una preparazione il passaggio di calore si interrompe, seppure per poco. Per fortuna i piani più moderni continuano a trasmettere il calore anche quando il fondo della pentola viene staccato di qualche millimetro. Tra le note dolenti c'è il fatto che l'investimento non è basso, tanto più se ci si deve dotare anche di una batteria di pentole dedicata a questo tipo di cottura, anche perché le pentole non durano in eterno e ogni tanto vanno comunque sostituite».



Il quinto quarto, tutto da riscoprire

Con questo termine si indicano le interiora, le frattaglie, e le parti meno nobili, tra cui la testa, la coda, le zampe di bovini, ovini, suini, da sempre considerate ricche di gusto. Riprendiamo ad apprezzarle

DI GREGORI NALON, WWW.GREGORICHEF.IT

Già nella preistoria esisteva l'abitudine di nutrirsi con frattaglie. Gli Etruschi avevano una predilezione per il cuore di vitello e adoravano il fegato dell'oca ingrassata con i fichi, stessa passione tramandata poi ai Romani, di cui parla il grande gastronomo Apicio (Marco Romano). La stessa passione che ha

attraversato il Medioevo e il Rinascimento per approdare fino alla codifica del gusto nell'età moderna con Escoffier e Pellegrino Artusi. Nella mia esperienza più che ventennale posso dire che spesso molti chef lasciano perdere queste parti, privilegiando quelle nobili, solo per scarsa conoscenza. Il gusto però sta dove meno te lo

aspetti, avendo queste parti il giusto rapporto di grasso, collagene e particelle aromatiche straordinarie. Ultimamente si registra una inversione di tendenza anche da parte di chef blasonati che, anche per motivi economici, elaborano al meglio anche il "quinto quarto". Ma allora la vecchia e sana trattoria tradizionale dove da anni queste

specialità sono all'ordine del giorno, diventa tutto sommato un riferimento per tutti? A voi il pensiero e commento.

LA CUCINA DEL SENSO LOGICO significa sapere creare piatti con poco costo, con poco spreco, ricavare sapore da quello che frattaglie, zampette, coda e parti simili ti sanno dare. Ogni parte del quinto quarto ha sapori decisi, unici, diversi; e noi cuochi abbiamo il dovere di utilizzarli. È ovvio che bisogna lavorare con dedizione: troppo semplice

mettere una bistecca sulla griglia e servirla (sempre se si è in grado di cuocerla correttamente). Creare insaccati, polpettine, bolliti è un'arte che meriterebbe nelle scuole un anno di lezione, cominciando con l'insegnare a utilizzare tutte le parti dell'animale. Per rispetto nei suoi confronti e per il nostro palato.

GREGORI'S
FOOD COACH



LA RICETTA DI GREGORI

POLPETTINE DI CORTE con crema di stracchino

INGREDIENTI PER LE POLPETTINE

g 300 trippa cotta al vapore, g 300 fegato di vitello tagliato e lasciato in acqua per circa un'ora, g 300 cuore di maiale, g 200 petto di pollo. Nel cutter frullare il petto di pollo, unire tutte le frattaglie triturate grossolanamente. Unire g 900 di patate lesse passate al passaverdure, g 100 fecola di patate, g 150 uovo, g 30 prezzemolo fresco tritato, g 70 parmigiano grattugiato, sale, pepe bianco.

PROCEDIMENTO

Mescolare bene e formare delle polpettine piccole da circa 25g l'una. A parte rosolare 2 rametti di rosmarino, 2 spicchi di aglio, g 5 salvia, g 40 cipolla grossolana, g 100 burro. Sfumare con g 100 di vino bianco quindi unire due litri di acqua, g 40 di sale grosso. Bollire le polpettine per qualche minuto. Se non servono subito, raffreddare e poi rigenerare.

PER LA SALSA ALLO STRACCHINO

g 30 farina di riso, g 750 latte, g 250 stracchino, g 20 parmigiano, sale. Bollire il latte con il sale, unire a pioggia la farina di riso, quindi lo stracchino ed il parmigiano. Frullare.

PER IL PANE TOSTATO

Tagliare a cubetti la focaccia, tostare in forno con pochissimo olio. Servire caldo.

PER LE VERDURE

Bollire le carote a rondelle, il peperone rosso e giallo a tocchetti, il porro intero. Appassire il radicchio in microonde (circa 3 minuti). Spinaci crudi.

FINITURA

In padella mettere tutte le verdure e le polpettine con poco olio e rosolare a fuoco vivo. Mettere nel fondo del piatto la salsa di stracchino. Sistemare sullo specchio di salsa le polpettine e le verdure in ordine cromatico, decorare con il pane tostato e le foglioline crude di spinacio e pezzettini di noci tostate.

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



Distribuzione alimentare
Forniture alberghiere
Cash & Carry
SANTANNA S.R.L.
il catering di qualità
www.santanncatering.it
33080 S. Quirino (Pn)
Tel. 0434 91122
0434 918925



Distribuzione alimentare
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



Specialità Alimentari
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



MAGGENGO VALTELLINA
S.R.L.
23012 Castione
Adevenno (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.
71100 Foggia
Tel. 0881 752243



HIELO 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 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

La luce grazie alle sue proprietà intrinseche si diffonde nello spazio per riflessione: lambisce le superfici di tutti quegli oggetti che si trovano sul suo percorso per poi disperdersi nello spazio circostante e può essere morbida o più intensa in alcuni luoghi o momenti, diffusa o più concentrata. «Anche i luoghi dedicati alla ristorazione - afferma Consuelo Redaelli, titolare dello studio Toolkit di Milano, specializzato in progettazione d'interni per bar, ristoranti, mense - trasmettono determinate emozioni in funzione di come la luce al loro interno è stata pensata e gestita.

Quando si pensa all'apporto di luce che dovrà caratterizzare lo spazio del consumo di cibo, biso-

Cibo, luce ed emozione

gnerebbe anzitutto suddividere gli spazi in aree tra di esse omogenee e con funzioni compatibili e poi pensare che a seconda dei vari momenti della giornata le esigenze e le aspettative del cliente possono variare».

Si tratta in sostanza di equilibrare la luce naturale esterna con luce artificiale interna.

MOMENTI DI CONSUMO. Se pensiamo ad esempio al momento della prima colazione, l'utente probabilmente si aspetterà una quantità di luce che possa garantire

Le scelte di illuminazione del locale sono decisive per dare ai clienti oltre che cibo da consumare anche un ambiente dove sentirsi a proprio agio





(1-2) nel ristorante La Brisa di Milano semplici piantane decorative diffondono una luce calda e ovattata nel giardino e nella veranda
 (3) Al Valentino Vintage (Milano) la luce calda e morbida viene diffusa in maniera indiretta da appliques e lampade da tavolo
 (4) Al Nyu Restaurant (Oderzo), dove gli elementi architettonici servono anche per giustificare l'utilizzo della luce, le lamelle sospese riflettono la luce dell'ambiente e ammorbidiscono l'effetto sui piani di utilizzo

l'illuminazione
 va scelta
 e calibrata
 in maniera
 coerente con
 il tipo di locale

quel comfort visivo in grado di attenuare il contrasto tra luce naturale esterna e luce interna al locale medesimo. Inoltre ci si potrebbe aspettare una luce che consenta al cliente di poter svolgere quelle attività proprie del mattino come la lettura dei quotidiani.

«Se le esigenze di illuminazione - precisa la progettista - fossero assimilabili ad esempio a un tipo di ristorazione Fast durante le ore del pranzo, in tal caso potrebbe essere auspicabile una moderata

quantità e intensità luminosa per incentivare il consumo del cibo suggerendo all'utente una breve permanenza in modo da soddisfare il maggior numero di clienti possibile.

Nel caso dei Fast Food prevale certamente l'attività commerciale veloce e il consumo rapido a scapito della permanenza prolungata all'interno del locale. In tal caso ci si potrebbe aspettare un'illuminazione forte e d'impatto, come attrattore per convogliare il maggior

IN SALA

L'EVOLUZIONE DEI LED

Corpi illuminanti e tipo di sorgenti

Sono molto attuali i LED (light emitting diode) in quanto il mercato e lo sviluppo delle aziende di settore si sta orientando essenzialmente verso questo tipo di sorgente luminosa.

Recentemente la qualità della luce degli apparecchi di illuminazione a LED ha raggiunto sicuramente dei livelli molto performanti, sia dal punto di vista della qualità e dunque dei fattori di resa cromatica (CRI Color Rendering Index) che di quantità del flusso luminoso grazie alle elevate potenze dei LED multichip ormai disponibili sul mercato (fino a 35W e oltre, dimmerabili con un flusso luminoso di

3500 lumen con un fascio di apertura di 30°, come il Faretto per binario/incasso tipo Pro White prodotto da Wired).

Alcune case produttrici di led come Sharp e Citizen e anche Cree hanno introdotto nel mercato una nuova fonte led: il multi chip.

In pratica, le nuove tecnologie oggi permettono di inserire in una superficie di una moneta da 20 cent. di euro anche 200 led, permettendo alle case

produttrici di corpi illuminanti la realizzazione di nuove fonti di luce concentrate.

Al di là di qualsiasi tecnicismo, va sottolineato che le esigenze del cliente nel vivere un determinato spazio, quello del consumo e dell'esperienza del cibo, sono legati alla qualità del visibile e dunque della luce.

«Spesso la luce più convincente, più gradevole è quella derivata dalla riflessione indiretta della medesima rispetto alla fonte di provenienza. Se penso a un ambiente estremamente confortevole, mi rivolgo a tutte quelle situazioni dove la sorgente luminosa rimane celata e la morbidezza e quantità di luce vengono gestite di rimando dalla scatola architettonica e da tutti i suoi connotati stilistici», conclude la progettista Consuelo Redaelli.





ARCHITETTURA LUMINOSA

Al NYU Restaurant (progettato dallo studio londinese IM Lab a Oderzo) gli elementi architettonici servono anche per giustificare l'utilizzo e la diffusione della luce; le lamelle sospese sopra i tavoli (a sinistra) servono anche in parte per riflettere la luce dell'ambiente e per ammorbidirne l'effetto sui piani di utilizzo. La luce integrata nelle lamelle medesime è dimmerabile, mentre i piani dati dalle strutture verticali creano delle divisioni leggere che giocano con l'effetto luminoso dello spazio.



EFFETTO LANTERNA

Il Ristorante La Brisa a Milano gode di un giardino esterno dove durante le stagioni più umide è possibile cenare in una suggestiva veranda illuminata da semplici piantane decorative Costanza di Luceplan, che tramite il loro diffusore in policarbonato opale diffondono una bellissima luce calda e ovattata che rende l'ambiente unico. Dall'esterno si percepisce un poetico effetto lanterna che rende anche lo spazio esterno incantato.



SOLO LUCE INDIRECTA

Nel ristorante al Valentino Vintage di Milano: la sala principale è caratterizzata da sole appliques alle pareti e da lampade da tavolo tutte con sorgenti ad incandescenza/risparmio energetico a luce calda sui 2700-3000°K che diffondono una luce avvolgente, morbida e indiretta, mai invasiva

SUGGERIMENTI

Valorizzare con la luce

Mantenendo lo stesso corpo illuminante, variare la tonalità cromatica della luce, la potenza e il fascio luminoso. Ecco qualche indicazione.

LED INTERCAMBIABILI

Sono ormai diversi gli esempi di proiettori a Led con ottiche intercambiabili in funzione della potenza, della tonalità di colore e dell'ampiezza del fascio di luce desiderato (Eos Infusion di GE) o sistemi Led variabili integrati che utilizzano la stessa sorgente luminosa regolabile nell'intensità e nel tono della luce (Tunable White di Wired).

CARNE O PESCE?

Le sorgenti di luce e le temperature cromatiche possono essere scelti in funzione della tipologia di cibo da illuminare. Se si tratta di un ristorante di pesce si potrebbe optare per una luce talvolta fredda sui 4200°K con filtro rosato laddove viene esposto il pesce fresco successivamente da cucinare e servire ai clienti. Se invece l'offerta prevede l'esposizione di carne, salumi o formaggi possono essere evidenziati tramite l'utilizzo di filtri colorati tipo rosati o bordeaux.

EFFETTI SCENOGRAFICI

Tutte le sorgenti contribuiscono, se correttamente orchestrate, a restituire l'unicità del luogo. Gli up lights posati a pavimento agli angoli o magari in prossimità di colonne possono infondere un effetto scenografico di impatto creando definiti giochi di ombre. I down lights possono scandire lo spazio di un corridoio, possono puntualmente porre l'accento su un dettaglio; la luce indiretta qualsiasi essa sia diffonde luce morbida sulle superfici e nello spazio, restituisce la sensorialità durante l'esperienza del luogo.

numero di clienti possibili all'interno del Fast Food medesimo». Per il concetto di ristorazione più classico e dedicato all'esperienza del cibo, l'illuminazione si tematizza, si mimetizza con lo scopo del luogo per consentire ai clienti di percepire lo spazio come un'esperienza sensoriale unica. I toni dell'illuminazione saranno più bassi, più intimi e sarà possibile tramite sistemi integrati di gestione della luce regolare le quantità

dei flussi luminosi».

«Chiaramente – precisa ancora Consuelo Redaelli - in tutti casi le tipologie delle sorgenti luminose potranno variare a seconda delle funzioni dei luoghi: corridoi di accesso, spazi di servizio, le cucine e le sale per gli ospiti avranno differenti esigenze di illuminazione che consentiranno diverse applicazioni nella scelta dei corpi illuminanti e della distribuzione della luce».



La semplicità del Lambrusco

Dall'osteria al wine bar, il Lambrusco, vino tra i più venduti in Italia, è un archetipo del legame con il territorio e interpreta appieno le nuove tendenze del consumo

DI PIETRO CINTI
 a vino citato da Virgilio nella sua Quinta Bucolica, a prodotto social capace di proporre un consumo scevro da sovrastrutture e sofismi, che punta al cuore ed è schietto e spumeggiante, come solo gli emiliani dello stereotipo sanno essere. Il lambrusco è entrato in una nuova era, 2.0 per utilizzare la terminologia dell'era digitale, nella quale questo vino non sente più nessuna sudditanza psicologica nei confronti delle grandi produzioni nazionali, vini importanti, da invecchiamento, anzi si fa forza delle sue caratteristiche peculiari, la

giovinchezza, la spuma, il basso tenore alcolico, la capacità perfetta, elaborata in secoli e secoli, di sposarsi alla ricca cucina di questo angolo d'Emilia.

Alcuni produttori tra Parma, Reggio-Emilia, Modena e Mantova, queste le aree di produzione del Lambrusco, ognuna con la sua specificità in vigna e in cantina, hanno dato nuovo smalto a questo vino, dopo un lungo periodo buio nel quale la quantità aveva preso il sopravvento sulla qualità, tornando alle origini, dando un sincero slancio qualitativo e un'immagine più moderna, che non rinnega la lunga tradizione, ma che la rende appetibile

anche a un pubblico più eterogeneo e più vasto.

SCORDATE DECANTER E BALOON, il Lambrusco fornisce il meglio di sé grazie alla sua semplicità d'approccio e in abbinamento con i piatti della tradizione d'Emilia. Paste all'uovo con ragù, oppure ripiene, asciutte o in brodo (tortelli, tortellini, cappelletti e tante altre preparazioni che hanno la stessa matrice culturale, ma nomi diversi a seconda del campanile), formaggi tipici come il Parmigiano-Reggiano o i salumi che in quest'area trovano la loro espressione più alta. Magari in abbinamento a quei bocconi di pane fritto che cambiano di nome lungo l'asse della via Emilia (torta frita, gnocco fritto), ma che rappresentano l'ossatura del classico pasto "social", consumato tra amici. Il Lambrusco va servito freddo ed è un'altra delle peculiarità di questo rosso frizzante che continuerà a dire la sua anche sul mercato internazionale e iperconnesso nel quale stiamo vivendo oggi.



**CHIARLI
LAMBRUSCO DEL FONDATORE**

www.chiarli.it

Caratteristiche

Da vitigno lambrusco Sorbara, ha gusto secco e sapido, piacevole bouquet, spuma fine ed evanescente, colore chiaro e vivace

Abbinamenti

Paste asciutte, tortellini, carni bollite ed i più tipici piatti della cucina emiliana

**CANTINE CECI
OTELLO NERODILAMBRUSCO**

www.lambrusco.it

Caratteristiche

Nell'originale bottiglia quadrata, di colore rosso violaceo molto intenso, ha profumo fruttato di frutti di bosco e di viola e gusto deciso, morbido ed armonico.

Abbinamenti

Salumi del territorio come il Culatello di Zibello o il Prosciutto di Parma e con il Parmigiano-Reggiano. Indicato per primi e secondi piatti tipici della cucina emiliana



**ARIOLA
MARCELLO**

www.viniariola.it

Caratteristiche

Vinificato con 100% uve lambrusco Maestri, ha colore rosso rubino molto intenso con riflessi violacei, spuma morbida ed evanescente, profumo fragrante e fruttato con sentori di marasca, frutti di bosco, note di rosa e gusto avvolgente con finale fruttato.

Abbinamenti

Salumi, anolini in brodo, primi piatti, bolliti, stracotti, piatti di pesce lavorati, Rosa di Parma (arrosto ripieno di prosciutto e parmigiano).



**MEDICI ERMETE
CONCERTO LAMBRUSCO REGGIANO DOC**

www.medici.it

Caratteristiche

Uvaggio lambrusco Salamino, colore rosso intenso, profumo gradevole, persistente, fruttato e gusto secco ma allo stesso tempo fruttato, rotondo, fresco vivacemente armonioso.

Abbinamenti

Indicato per accompagnare i piatti tipici della cucina emiliana.

IN TAVOLA

CAVICCHIOLI VIGNA DEL CRISTO LAMBRUSCO DI SORBARA DOC

www.cavicchioli.it

Caratteristiche

Spuma rosa cipria; colore rubino molto chiaro quasi rosa tendente al ciclamino; profumi netti tra rose, fragole non perfettamente mature, arancia rossa e violette; sapore mai cedevole, equilibrato nella sua secchezza sapida e fresca che fa da un giusto contrappunto all'aromaticità dell'uva

Abbinamenti

Salumi, primi piatti con sughi elaborati e condimenti ricchi, carni rosse, pesce, pizza. Da provare con frittura a base di pesce e verdure.



ALBINEA CANALI FB - METODO ANCESTRALE

www.albineacanalit.it

Caratteristiche

Il "Metodo Ancestrale" rappresenta la peculiarità distintiva di questo Lambrusco, che ha subito una naturale rifermentazione dei propri zuccheri in bottiglia. I lieviti, depositati sul fondo alla fine della fermentazione, donano la caratteristica velatura. Il colore è rosato intenso, la nota olfattiva di crosta di pane e il sapore asciutto ne esaltano la personalità.

Abbinamenti

È ideale per accompagnare salumi, piatti a base di pasta ripiena, carne alla brace. Da servire ben fresco.



CANTINA DI CARPI E SORBARA TERRE DELLA VERDETA; LAMBRUSCO DI SORBARA DOP

www.cantinadicarpi-esorbara.it

Caratteristiche

Vino frizzante con profumo fruttato e aromatico; presenta un sapore vivace, delicato ed armonico. Colore rosso chiaro. Spuma persistente e fine

Abbinamenti

Salumi del territorio, piatti tipici della tradizione emiliana a tavola



CANTINE LEBOVITZ AL SCAGARÜN LAMBRUSCO PROVINCIA DI MANTOVA IGP

www.cantinelebovitz.it

Caratteristiche

Colore rosso rubino carico con riflessi granata, la spuma è molto vivace e persistente. Al naso è vinoso, fruttato, con sentori di ciliegia e amarena mentre al gusto è secco, gradevole e persistente ma soprattutto vivace e genuino

Abbinamenti

Nato per accostarsi in modo naturale a tutti i piatti tipici della tradizione mantovana: risotti, tortelli, agnoli, salumi e carni rosse. È quindi un vino a tutto pasto che può anche essere abbinato ad altre cucine caratterizzate da sapori decisi e intensi



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



Tendenze sulla tavola, all'insegna della componibilità

DI MARIELLA BONI

Piatti destrutturati, porzioni miniaturizzate, vivande suddivise in più contenitori, per proporre sapori che si ricompongono solo una volta arrivati al palato. E poi barattoli e bacchette, posate di design, cucchiari da degustazione o ciotole dalle forme insolite...

La mise en place è oggi quanto di più soggettivo possibile: può rifarsi allo stile classico, ma anche liberamente staccarsi dall'idea del "servizio" come era inteso una volta, per diventare qualcosa da mescolare liberamente, secondo lo stile del locale e della propria cucina.

Restano comuni denominatori il bianco o comunque i colori chiari, preferiti dalla gran parte dei ristoratori e dai cuochi, da scegliere il più possibile fra produttori che siano in grado di fornire materiali ad alta resistenza e con un riassortimento che dura nel tempo. Di seguito vi presentiamo alcune fra le collezioni per la tavola più attuali.



LA POSATA, ATTREZZO IMPORTANTE

Scegliere le giuste posate contribuisce a creare una personalità nel servizio, oltre che essere un oggetto elegante e funzionale. Come le posate **Stiletto** di **Broggi** 1818, una linea moderna in acciaio inox 18/10. Estremamente resistente alla corrosione e all'ossidazione, è lavabile in lavastoviglie senza che ne risenta nel tempo. La finitura lucida valorizza il design ed è disponibile anche nella versione argentata. www.broggi.it



COUNTRY CHIC IN TAVOLA

Steelite propone **Craft**, una linea di vasellame molto articolata in stile country, che riprende i colori della natura tipici del mondo rurale. La linea è disponibile nelle tonalità blu, verde, terracotta, marrone, grigio e bianco. Distribuito da FSG Italia srl. www.fsg-italia.it

MODULARITÀ E FORME RAFFINATE

La nuova collezione **Stella Hotel** della linea **Asia Fine Art** di **Villeroy & Boch** è caratterizzata da un design classico ma reso attuale da forme "pulite". Si adatta perfettamente a varie occasioni di consumo e stile di cucina. La linea è realizzata in Premium Bone Porcelain di color bianco brillante, estremamente resistente. www.villeroy-boch.it



COLORE PER BERE

Il designer Federico de Majo firma la linea **Tirache** di **Zafferano**, realizzata da maestri vetrai. Ogni pezzo, vivacizzato da grafismi colorati, è unico e firmato dall'artigiano che lo ha realizzato; la gamma è stata implementata con nuove bottiglie, boule e caraffe. www.zafferanoitalia.com



LINEE MORBIDE ANCHE NEGLI ANGOLI

La trevisana **Tognana** lancia la linea **Infinity**, in porcellana resistente. I pezzi, oltre ad essere perfettamente modulabili fra loro grazie alle molte forme e dimensioni, hanno il pregio di avere spigoli arrotondati, così da diminuire il rischio di sbeccature. www.tognanaporcellane.it



PORTABOTTIGLIA DI DESIGN

Creato da **Mipiacemolto**, il portabottiglie **Moon** occupa poco posto e allo stesso tempo è elegante e funzionale. Disponibile in diversi colori, è un accessorio che con un prezzo particolarmente contenuto dà un tocco di classe al servizio del vino. www.mipiacemolto.it



COLORE PER BERE

Pratici e professionali **Luigi Bormioli** propone la gamma **Atelier**: calici, bicchieri da acqua, tumbler, caraffe, decanter, coppe, flûte in vetro sonoro superiore rinforzato al titanio. www.bormioli.luigi.com



FIRMATA DALLO CHEF

Lo chef stellato Davide Oldani ha da tempo instaurato un proficuo rapporto di collaborazione con **Schönhuber Franchi**, che ha portato alla nascita della **Linea D'O** per la tavola. Ora la gamma si amplia con una nuova posata: è Pastalunga, che consente di raccogliere gli spaghetti e allo stesso tempo i condimenti con eleganza. www.schoenhuberfranchi.com



Mixer Planet

IL SITO DELL'OSPITALITÀ A 360°

www.mixerplanet.com 

IL PIANETA
HORECA
HA UN NUOVO
PUNTO DI
RIFERIMENTO
ONLINE



Anno XIV n. 80

Qualitaly

MAGAZINE
aprile-maggio 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 Lomuio 02 4997 7383
giorgio.lomuio@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
Lazio, Campania, Abruzzo: Mastropasqua Pasquale
Tel. 347 9003241 - p.mastropasqua@spaziospunto.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, Anna Muzio,
Gregori Nalon

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

IL MAGGIOR PRODUTTORE ITALIANO DI SALSE

Gaia

il Pesto perfetto per

Snack



Pasta

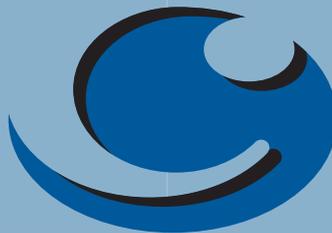


Pizza





Cooperativa Italiana Catering



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

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

La qualità,
ogni giorno
ovunque.



APRIL / MAY

Quality

MAGAZINE

AT PAGE 1

Carbohydrates and proteins

by Francesca Pullitanò

Two lifestyles, two food philosophies, two different ways of tending for the sole purpose of eating... Well, that is a bit 'reductive, it is true. Especially in our country that the food is a culture, around which expend energy, both at home, and in the search of the right restaurant.

Anyway, some of the themes of this issue, however, classic, very classic, evoking a suggestion in the sense of the contrast: on the one hand, foods rich in carbohydrates, calories and good, traditional enemies of the diet, which are eliminated in the first difficult step in the preparation of the bikini test, on the other hand, the slice of meat cooked without fat, to the accompaniment of a lettuce leaf rigorously without oil, not to mention the salt... maybe a little drop of lemon, just to give a flavor.

And again: the first, pasta, and second, the meat. However, carbohydrate is not only pasta, and meat is not only grilled escalope.

Our pantry is now open to show flour for pizza. Already this is a revolution:

pizza, food simple but outstanding, today has declined in many variations, not only in dressing but also in the base. It can be traditional, integral, gluten-free and who knows how many other ways. There's that crisp, the high, the round one or the one in the roasting pan, the important thing is that the main ingredient, flour - in fact - is chosen with the right policy, and with attention to quality. From flour combined with rising depend, for the most part, the success of cooking, the final color, the impact on the overall flavor of the other ingredients.

On the other side of the fence, and with similar characteristics, that is what we define as the king of fast food: hamburger, lunches fleeting symbol of American import, the choice of young, tasty alternative. Even in this case, there is not only one version. There hamburger cooked in the series that gives its name to the sandwich, there is one shaped by the butcher at the time and that, new generation, served in the restaurant at the brunch. But it is not neglected by the complementary version of the sandwich: one in which it is precisely the minced meat to serve as bread, and to contain a filling of cheese, or ham, or both.

In this variation round the meat can serve to party, causing the whole family to a meal a bit 'unusual; swarm

of new venues opening in which the dish is served only one: the burger, of course, but with many new features. You can choose the type of meat; you can decide the weight spreads, finally, among the infinite possibilities of seals. Does the hamburger as an expression of the personality of each? Let's not exaggerate, but maybe it is not such as risky interpretation.

That's why the pizza and the burgers are so similar to one basis - at least apparently - Standard unite the disparate flavors, for a result that can be always different and surprising. In this, as well as in their ability to represent a single dish more than satisfactory, lies perhaps the success of both.

Completely changing perspective, I also remember the service on induction hobs for cooking up with the times and aesthetically to the top. Finally, among the issues that create more atmosphere, it is appropriate to say, we have chosen for the column dedicated to the hall, that of light. Because a restaurant is not just food, as well cooked, but it is also the place where we celebrate the most frequent emotions. So let me conclude with the hope that the reading of this number it will give you also some excitement, because good food can also be a way to achieve the perfect blend of taste and feeling.

AT PAGE 3

Central protagonists in the catering that changes

by Italo Nebiolo, president of CIC

As we anticipated in our last issue, with regard to the balance between openness and closure of shops, including 2013 confirmed the negative results. According to the final of Movimprese, 9,000 of the more than 315 thousand companies active in bars, restaurants and cafeterias are missing. Added up to less than 7,000 in 2012 to 16,000 negative balance carry the premises in two years.

In greater detail, the bar has seen to restrict competition by about 4295 units. A similar situation in catering, where, however, there is a distinct step between the traditional restaurant, which loses about 4,000 signs and the take-away that I lost "only" 593. Reasons are to be found in the changes of habits and consumption patterns in relationship with food, but also for a more rigid cost structure, as well as for tax purposes and tax.

These data are the light of a caporetto consumption of these two years, but also a very low competitiveness of the industry where, however, dominates the small family-owned business with a financial management often absent or, when it exists, in the case of companies capital, provides an over-reliance on bank debt to manage, often, the ordinary and not investment. Nothing new under the sun, they say.

Instead, something new is happening in front of our eyes. The speed with which constantly changes the structure of the supply chain commits us all to be very careful at all times. Every ten days can change the frame of reference and what until recently was a stable is upset because suddenly in a region of a distributor ceasing activity, or because suddenly stiffen suppliers or even customers lower the shutter, with the following outstanding that you can touch with your hand. Of course, the full operation of Article 62 is back on the whole supply chain: the restaurateurs limit purchases to everyday needs, distributors make less inventory and try to schedule as much as possible purchases, the industry

remains vigilant and is affected by latest turmoil occurring downstream.

According to us from the Cooperative Italian Catering, this situation has at least three consequences.

First, it forces us to choose our customers, focusing on those who have the strength and ability to look farther than to the difficulties of the moment and to draw advantage indeed. Leaving the more marginal situations has the obvious advantage of increasing our members, but also their customers. Second, it gives us the opportunity to occupy the space vacated by other competitors, triggering a process of growth that has its basis in sound financial management and ethical business relations.

The third makes us credible interlocutors towards industry with which to establish or strengthen programs and projects to be increasingly central protagonists in restaurants and catering.

AT PAGE 6

News

The two faces of catering

"We are moving in Italy towards a social structure that has a champagne glass shape." Says Bruno Berni, managing director of CFI group, an international research firm, whose thesis the reasoning is that we are in the presence of a strong divergence in society. So, also in the system of consumption, next to formulas that grow, such as discount stores in the food retail or fast food in catering, find space offers luxury at 360 degrees, as the Prada building under construction in Milan, where the emphasis is the whole world of luxury brands from products to art exhibitions, with the inevitable restaurant. And for a Eataly proposal that expands the gourmand for sale and tasting (see the double recent opening in Milan with Eataly Smeraldo and two floors of luxury in the store or for a Brian & Barry) or Peck consolidates its position as a temple of gastronomy, comes the first mall all Chinese.

"Likewise horeca - Berni says - where the big chains (for how long?) are absent in Italy, we are witnessing phenomena that go in the direction of quality catering with the predominance of aesthetics, thanks to television programs on cooking terms that have spread specialist as "Serve", the

spectacular places such as pools & restaurant Lugano 7 on the roof of the headquarters of Dsquared in Milan, the experience of California Bakery and environmental sustainability of the Dutch De Kaas." On the front we have exactly antithetical examples of food value for money, where paradigms are those of fast food, couponing as a search for value at an affordable price of the all you can eat (the Giropizza, sushi at will, etc.) formula one dish, that is, the local topic, from the pizzeria to the cut (and only one) to piadineria, the most recent Bracioleria or, in the café, the Café Vergani.

According to Berni, therefore, the directions in which to address the supply side of eating out is quite accurate, but, what is more, they are polarized. Upwards, there is an offer of craftsmanship, not endorsement, of products "without", (the wine without sulfites, vegetables grown without chemicals, and so on) or scientific diet that rewards whole foods and vegetable proteins. While, downwards we have foods as a result of intensive farming, the use of GMOs, and protein from insects.

Speca Alimentari meets the customers

It is an annual event, the one that Specia Alimentari of Baveno organized to present to the new and old customers the new products for the season. During the two-day meeting at a hotel on Lake Maggiore, more than a thousand customers are alternated to know and enjoy the novelty cooked by the chefs. "In particular this year - says the owner Fiorenzo Santini - the attention has focused on the two nine companies Bonduelle and McCain, which have entered the ranks of our suppliers, as well as Caseificio Rosso, with its range of cheeses from Val Sesia and of biellese."

It was also an opportunity to formalize the relationship developed with Bindi, the well-known brand of ice cream, desserts and pastries, of which Specia Alimentari has become dealer last year in the season. "With Bindi - says Santini - we have completed the offer catering with a range of quality proposals. A particular success has been achieved by the line of dessert "Americans" in portion size and packaged one by one that offer an effective response to restaurateurs also in terms of cost control. On the other hand - adds Santini - quality that is a



direction that we always route, even at the expense of the volumes. I believe that in recent years, the dining scene has been extremely fragmented with regard to the type of offer. Not always with success. For those who make our job -oriented approach to quality and innovation of the product is the best answer to protect customers. And our companies.”

AT PAGE 8

An eye of consideration for customers

Customer proximity is a must for Markal: even the heads of departments devote time to the relationship with the managers of hotels and restaurants.

Markal was founded over 30 years ago, on the initiative of a company owned by a group of entrepreneurs in Prato, led by the family Viscomi, whose presidency was Annibale Viscomi. “In 2013 - Viscomi says the same - our revenue, despite the crisis that has gripped all economic activities in Italy, grew by 1,

5 % compared to 2012. The above has allowed us, with great satisfaction, increase by 5 the number of employees, thus going against the grain most of the companies in the sector. The hope is that this trend is also confirmed for 2014, giving him an opportunity to continue our desire to grow and invest.”

Today Markal is spread over an area of 4,000 square meters, the host warehouse, cold storage and laboratory selection of meats and fresh fish. The clientele is distributed throughout Tuscany and in particular in the areas of Florence, Prato and Versilia. Overall, the range Markal has about 7,000 items, almost entirely related to food and beverage. “We cater primarily to restaurants and hotels - Viscomi continues - with a proposal that goes from pasta to desserts, from fresh to frozen, from wine to spirits. Our jewels are on the one hand the fresh meat and highly selected, the other brand products “Quality.” An important contribution to our success, however, comes from the CIC, which selects with large capacity quality products at an attractive price, with fast delivery.”

One of the strengths of Markal is definitely the relationship with the customer: not only are the agents to visit the customers, but periodically the same charge of the various departments, which in turn devote a day to visit clients, either alone or accompanied by the agents.

“It is not - exact Viscomi - of meetings aimed at selling, but the improvement of the relationship with the clients themselves. Through direct comparison with them we can consolidate the report and to retain them, correcting any problems and improving the supply and consequently the service.”

Even the logistics for the delivery of the ordered goods plays a significant role. “Every day we make 250 deliveries, using 18 vans. 50% of the fleet is over direct management.” It states Viscomi: “We are constantly looking to improve the service to customers, but sometimes mistakes can happen in the preparation of the order and then in order to avoid a malfunction, resulting in harm to customers, we are willing, at our own expense, to send immediately what is lacking by any means, including via taxi.”

Logistics, a separate business

One of the strategic projects conducted last have focused on the separation of logistics from the commercial: a stand-alone company was created, owned by Markal 100%, which manages the fleet and personnel transport. “This - Annibale Viscomi precises - allows us to better organize an activity that represents a real cost to our society, since we do not ask you anything our customers for delivery of the products.”



AT PAGE 10

A streamlined structure bar serving

The flexible structure allows Milfa to serve small catering business with punctuality and efficiency

The adventure of Milfa in the Genoese territory began in a somewhat 'incredible 32 years ago. The young Giuseppe and Aldo Milfa, along with his father Pietro turned with a van for restaurants in the area to sell the Sardinian cheese. "My mother was Sardinian - remember Aldo Milfa - and it seemed like a good idea to put us on their own. But we were not quite as skilled traders: the price at which we purchased the cheese was higher than what the Genoese restaurateurs could find at their usual suppliers! The start was uphill, but fortunately we have been able to grasp a new trend, the evolution of the bar."

We are in the eighties people eat more often outside the home at lunch for work. The cafe bar alongside the activity of the fast food and Milfa begin to turn strictly to these activities, still the company's core business. "We started with a stock of 8 square meters - Aldo continues - then we gradually expanded and now measure 2,000 paintings, we have a range of 1,600 references and cover Liguria, Savona to Sestri Levante. However, we remain a family business."

The geography of Liguria, on the one hand complicates the logistics, is also an element of protection against competition. It takes a small and agile to serve on time even small local centers and resorts, juggling time limits, closed roads, streets unknown to navigators. "Being rooted in the territory - he said - it allows us to respond more quickly to customer requests. For example, if the order is made before 12.00 we guarantee delivery in the afternoon. It is a service much appreciated, especially by bars and small venues that do not have large stocks and we use them almost like warehouses. The large structures cannot always be as flexible and serve this client may not be profitable for



them. On the other hand we cannot be competitive against the catering trade."

It takes passion

Although we are no longer in the roaring eighties, Milfa not complain too much about the economic situation. "Surely it takes more time for caution before making certain steps - supports - but not so bad. The collection of receivables today is more difficult and not always there insurance cover in respect of overdrafts under certain deductibles. In addition, Article 62, that our suppliers are getting very strict in wanting to see respected, it is not as expected by our customers. Yet I still believe that people who want to start work an hour earlier in the morning or close later in the evening, always has to gain. It takes passion."

Milfa Ltd.

Registered office
Piazzetta U. Giordano Milan
Operational headquarters
Via S. Soliman 28
Genoa
Tel 010808088
Www.milfa.it
Area served: Liguria
Turnover: € 7million of
Employees: 22 employees + 8 agents

AT PAGE 12

Smartness in the plate

In the tenth edition, Identità Golose highlights the combination of good food and health. Since customers of the restaurant are not containers to be filled or plucking chickens. And the pleasure that a dish gives, continues with a good digestion.

By Mariella Boni

Milan, February. For Professionals has become an annual event to mark in your diary. Greedy identity, the Congress of haute cuisine created by Paolo Marchi, arrived at the tenth edition this year, with very respectable numbers. Subscribers up 40 %, a record number of visitors (over 15 thousand), arrived to follow the lessons of the 90 speakers.

This year's theme: "A voracious intelligence" and this statement is the entire future of a restaurant that should continue to win his clientele, but conscious, Marchi says: '... the physical

pleasure of the customer does not end with the last bite, but with digestion. A dish cannot just be good, sometimes even great, but free from any reflection on the increasingly urgent demand for health by the people.”

So the theme of well-being becomes central, without necessarily having to think about to give up meat and fish. “A voracious intelligence - concludes Marchi - because customers do not have to fill the containers or plucking chickens. Intelligence at 360 °. It's because the health and the pleasure come to the table and then proceed hand in hand.”

A congress that already connects affinity of topics at the upcoming Expo (centered on the great theme “Feeding the Planet. Energy for life”), where Identità Golose may be present with an important space, as advocated by the government commissioner of the Expo, Giuseppe Sala.

CREATIVITY AND TECHNOLOGY. The responsibility of opening the proceedings of the congress is up to Pino Cuttaia (La Madaia, Licata), which is played all over “but it seems it is not.” And so it builds on the inventions of Hispanic cuisine and creates a fake egg with the cuttlefish, whose yolk is black ink, using only the cuttlefish eggs as a thickener ; or pretend pizza, with afumicato cod and potato foam.

The Costardi bros (Cinzia, Vercelli), tell them to do the playful side of the kitchen, of their being in a sense still “children” with all that this entails curiosity, which makes them discover new combinations and recipes. As the “thousand follies”: chocolate cream, powdered mushrooms, truffle oil, caramelized puff pastry and chlorophyll parsley. Or we have the milk and pumpkin risotto with pumpkin that becomes a colorful scoop of ice cream nitrogen.

Carlo Cracco, abandoned the role of the judge of Master Chef, is a lesson on kidney sauce china, which brings back elaborating cooking: baking paper, just warmed with salt and spices, and served with scalloped “spaghetti” of salsify, veal sauce and extraction of red ink.

The intelligence is also noticed in the use of technology in the kitchen, like Heinz Beck, award-winning chef of the year by Identità Golose, has been shown. Working on the liquid and the centrifuge laboratory created “I remember frisella”, extracting the aroma of tomato and olives to dress malt dextrin, accompanied by a tartar of prawns. And if the plays well with one of the Milanese dishes

for excellence, proposing “Absence ossobuco”, which is the essence of ossobuco, a kind of concentrate rich in flavor.

RIGHT ALIMENTATION. Davide Scabin, imaginative and modern, is one of the “greats” of our local haute cuisine which is working on the front of the kitchen to greet: he is working with the gastroenterologist Matteo Goss, creator of Turin Food Cleanique where you try to guide patients, together allergists and dieticians, to proper nutrition.

So studying courses that may also be suitable for those suffering from health problems, such as veal cutlet marinated with herbs, maple syrup and soy, which meets the taste changes to those affected by cycles of chemotherapy. For people with celiac disease, however, gluten free fried pasta with prosciutto and mozzarella, while for those with irritable bowel syndrome, a dish rich in tryptophan, amino acid “miraculous”, based on rack of lamb and egg sauce. It's a commendable effort.

Nico Romito three stars from this year for his Reale at Castel di Sangro, says: “The kitchen must be silent, we cooks have to take a step back and talk to the kitchen.” The summary of his thinking is in the pot, which must be able to “talk” to all; Romito so with a movie tells the essence of the ingredients, presenting dishes made from four bases (shrimp, artichokes, almonds and sea bass), four elements that otherwise cross between them can give life to countless dishes.

Because the base of the artichoke steam smoothie, separate the solids from the liquid, it becomes passe-partout of different recipes, from salt cod risotto with roasted artichoke itself, which thus acquires additional strength.

In short, we study in detail, deepens the approach to the raw material, apply techniques that help you to extract, concentrate, flavor, cook in respect of the ingredients, we study combinations that go beyond the separation between sweet and salty, also playing on ‘ surprise effect of dishes that look like something but they are anything but. Because one thing is certain: the need to overcome a pure and simple nutrition, which dines out of the house today looking for pleasure, fun, well being and emotions. Those are things that require a kitchen really smart.

Study and innovation around the pizza The theme of “greedy intelligence” could not also cover the pizza, specialty beloved and widespread as sometimes

made with little care. You don't go to look for the rare ingredient that ennobles the disc of dough, but this is just part of a study of flour, yeast and sprouted that make the pizza light and easily digestible.

And the stars of “Identity pizza “ you are very active in this area.

So Simone Padoan (I Tigli, San Bonifacio) tells his insights on seven different types of leavened products he uses in his restaurant, made with sourdough starter (he has one for the preparation of sweets and one for savory), various types of flour and germinated wheat. Change of scene, comes Franco Pepe (Pepe in Grani, Caiazzo) for his lecture on the pizza, whose “intelligence” is centered on the use of raw land: not a simple slogan, but the rediscovery of authentic products from large flavors. And it comes with a suitcase full of the products of Caserta, including “his” flour from local grains.

Benjamin Bilali (pizza chef consultant), pastes studied with gluten-free sprouted buckwheat, useful to give a good structure to the dough, suitable for celiac, while Fiorella and Roberto Ghisolfi (Lo Spicchio, Cremona) have 5 types of yeast by different germinated (eg. buckwheat, chickpea). Proving that even a pizza by the slice, if done well, it can satisfy your stomach with intelligence and customer portfolio.

Look at the congress: trends and insights

- The high contemporary kitchen has moved far to bitter and sour flavors
- Vegetables are the new cult ingredient of cooks
- The pasta extruded through bronze is not better or worse than Teflon; the first absorbs more liquid, the second takes better cooking.
- Boil the potatoes in water saturated with salt (300 g / liter) prevents loss of mineral salts and lose internal moisture potatoes (about 10 %)
- The service of cutlery must follow the functionality and not the stereotypes: with certain types of pasta large (eg. paccheri) is useful to have the table also the knife
- Choose large cuts of meat portioning allows reducing purchasing costs and reduces waste

Identità Golose in pills

Location: Milan

Duration: 3 days

Theme: A voracious intelligence

Speakers: 90 between Italian and foreign

Visitors: over 15 thousand

Companies present: more than 70

AT PAGE 16

The burger becomes gourmet

It is the phenomenon of the moment and the undisputed star of the fast food moves through the vast territory of the restoration, also the high level one, helped by the spread of local theme.

By Pietro Cinti

The burger is one of the food fads of the moment. Anyway, forget about the 80s, paninari, their bizarre clothing and neologisms that have characterized Anglo- maccheronici that short season now consigned to memory. Today, after 30 years of fast food chains in stars and stripes, with standardized quality down, calories and sugar galore and many doubts about the origin of the common man and the healthiness of what ends up between two slices of bread those premises, all equal to each other, today the hamburger gets back into a new dimension, which collects ideas and suggestions from high international food, it feeds the media overexposure of chefs and starred various becomes the medium through which to transfer to a wide audience research concepts such as raw material, biological, maximum freedom in creating new recipes, including ethnic and localism pushed. In two words, we talk about the gourmet burgers.

BEST ITALIAN. In the beginning there was a "paninari" in New York who invented the world's most expensive burger, stuffed with foie gras and caviar: it was in 2000, the global economic crisis was a ghost to come, he starts running towards the world market the most expensive, the most conspicuous. A long time later, at our latitude, the gourmet burgers made his debut in Italy when Gualtiero Marchesi, the national icon of the great culinary tradition, he signed a sandwich for the multinational McDonald's hamburger, by clearing the union, considered heretical only a few years earlier, rank among chefs and burgers. From then on it was a hive of creations by members of the new wave culinary tricolor: everyone put between two slices of bread its own essence, its own philosophy. So that a



book called "Italian Hamburger" was published, which collects recipes and a foreword by Joe Bastianich, with one of his terse sentences: "Italy is the only country capable of doing justice to the hamburger."

TODAY MILAN IS THE CAPITAL OF Italian Burger, also in gourmet version. "It is the most cosmopolitan city in Italy - declares Massimo Sassi, the owner of the Lombard Agency - and it is open to many influences of different food traditions from around the world, maybe because our cuisine has not survived." Agenzia Lombarda since 1929 provides wholesale food -go for the channel, so it is a vantage point for understanding the new trends on the square of Milan. "The gourmet burgers - continues Sassi - is a growing phenomenon, perhaps the last space of a few seasons, but is giving a breath of fresh air in the city. We sell these to the locals the American meat, in particular sottofesa of black angus, which is perfect for this recipe, because it is fat, and therefore more tender and tasty. Some of our customers are provided with professional meat grinder and grind with those every day and prepare fresh burgers, so they can vary the cuts and flavoring. Although a bit

challenging, that of professional meat grinder is an investment that quickly pays for itself."

The SUCCESS FACTORS: There are many gourmet burgers. Some relate to the offering of these premises, pointing out meat from special breeds (quinine, fassona, limousines), animals, according to the dictates of organic farming, artisan breads, sauces and self-produced fresh vegetables, often at zero kilometers, cheese high quality. The combination is preferred with craft beer, maybe Italian, although some local link also good bottles of wine. Bandits ketchup, mayonnaise, soft multinationals drinks, everything is reviewed with a view gourmet and tailor-made. Another feature, the table service, here present and absent at the premises of large multinational chains of the sandwich. Common fast food and gourmet sandwich the pleasure of eating with your hands, in an informal way and the target, even if the price difference (the gourmet burgers ranging from 8 to over 20 €) "select" customers.

The restaurant

Mucche e Buoi: the meat is at home.

A concept that enhances the tradition of a family of three generations of butchers and moved to Milan from Campania. Mucche e Buoi offers a burger with large doses of Italian, meats, ground fresh and it is available in three sizes (M, L, XL meatball with 500 grams), with potatoes and accompanied by a good selection of wine bottles. "We have created a cozy - explains Giovanni Borrelli, the holder - with a family atmosphere and a great attention to quality and detail." With 120 seats, Mucche e Buoi brings the gourmet sandwich in a traditional Italian restaurant.

Meet, the best of the food valley in sandwiches.

Even Parma, capital of the Italian Food Valley, is free from this trend. In a city that is famous for its food, the Meet hamburger is typical of tempers, marries the organic meat Gotra Albereto Parma Apennines, the Black Truffle Fragno, it makes bio and km0, as in collaboration with the Podere Stuart that provides fresh vegetables or in Spalla Cotta of San Secondo, an ingredient in some preparations. "We are at zero distance - says Paolo Cerri, one of the owners - we sell organic food and territory. We follow the seasons and inspire us, for recipes, our food traditions." Meet, which has 60 seats, like a target that varied from 20 to 70 years and more, captured by the formula and the safety of high quality raw materials used. "I do not limit ourselves to the imagination for our sandwiches - concludes Cerri - if you do not care for the ingredients from the area." Even the burger can be no global and local, who would have thought?

5 key factors of the gourmet burger
RAW MATERIAL. Research on the quality of the raw material, preferably fresh, local, organic circuits. The origin of the ingredients shown in the menu
RECIPES. Touch gourmet recipes and combinations, no sauces and "industrial" "condiments"
DRINKS. No drinks for the mass market, but craft beers and wine (preferably natural)
MOOD. Picture that appropriates the styles of fast food and updates them
SERVICE. Pairing with contours and fresh -prepared or served at the table

AT PAGE 20

The recipe of the APCI chef

Hamburger with tomato bread and sesame, eggplant, zucchini, caciocavallo and parsley mayonnaise

INGREDIENTS FOR 6 PEOPLE:

700 g rump fassone
 1 bunch of fresh herbs (parsley, basil, marjoram)
 50 grams of mustard
 80 grams of bread
 1 dl of milk
 300 grams of mayonnaise
 200 grams of zucchini
 200 grams of eggplant
 6 sandwiches with tomato sauce and sesame
 200 grams of cheese

extra virgin olive oil
 salt and pepper

Procedure:

Chop the meat and knead with half the chopped herbs and mustard, combine the bread soaked in milk and finely chopped, salt and pepper and form the burgers.
 Chop the herbs and add them to the remaining mayonnaise.
 Cut the vegetables into slices, season with salt, pepper, olive oil and cook with the grill mode.
 Cook the burgers together, keeping the inside pinkish, let stand a few minutes.
 Cut the bread in half and toast it in a manner grill, stuff it with vegetables, cheese slices, and serve the burgers with mayonnaise with herbs.

Cook Author: Danilo Angé, chef entrepreneur taste

AT PAGE 24

The different flours of the "new" pizza

Pizzeria comes out of improvisation and gets into the restaurants. Using long leavening and flour robust, more digestible and nutritious. Creativity, training and technical support are essential to the pizza maker in the third millennium

By Anna Muzio

Once upon a time the white flour was bought from the baker and worked at the time. The pizza maker used to decide touching it if it were more or less good. And the technique was always the same, a sort of assembly line without many back thoughts. Then, also because of the great reaper, the economic crisis, it has been (re-) discovered that the pizza dough is like fine wine: it improves maturing. And it was back to the ancient systems.

"Today we are moving towards long and very long leavening that are answered in the flour of strength at high protein value. Good flour? It must be analyzed and it must have a constant response over time," says Antonio Dilorito, owner of Mister Chef.

This is echoed by Valeria Alberti, marketing manager of Agugiario & Figna. "The pizza makers experiment



with new blends, to create the right balance of taste and flavors. It increased attention to the technique of kneading and leavening the study. We have realized that the art of pizza cannot be improvised.”

Even the best product in fact is useless if you do not know how to work the best. “Every meal has its own characteristics that must be known and depth, and all flour is kneaded in a different way depending on the product and the end result you want to achieve,” says Alberti. The training courses are therefore very important. “The line is composed of the 5 seasons over 20 references that fail to embrace an increasingly large basin of specific requests. By type of product you want, time to rise or cooking characteristics. “In the Center of Research & Development Agugiaro & Figna are held every day courses for those who want to open a pizzeria or has an activity and needs advice for improving products, or expand the types of pizzas on offer. Are those flours and processing for all kind of pizza? Dilorito says: “A cost of 10-15% more of the flour is offset by the reduction of waste ensured by long leavening [the bakers will keep in the fridge for days]. The rest of the flour accounts for a mere 1 % of the total cost of the pizza. The only necessary component is a rather large refrigerated space where to store the dough balls of pizza at a constant temperature of 2/4 ° C, for the exclusive use of temperature to ensure stability.”

According to Alberti, “The size of the pizza is irrelevant in the choice of raw materials of high quality, or special dough. It’s the pizza maker who must propose new types to impress, or to educate the public taste to the culture of a new pizza, maybe ever eaten, thus meeting most tastes and acclaim, with the opportunity to expand their business.”

Then cleared off the gourmet pizza chef “multistars”? “Up to a certain point: if the pizza were to lose those characteristics that have allowed it to conquer the world, simplicity and economy, should no longer be called pizza,” concludes Dilorito.

TRENDS

- CONSTANCE. The good flour must give continuity and a response equal to each mixture
- SLOW. Leavening lens: give more digestible dough, give off aromas and flavors of grain
- HEALTH. Digestibility and health:



the research customers who are increasingly demanding

- COMPOSITION. Flour stone ground grits have an irregular, more nutritious, with a high degree of bran, vitamins and minerals and a taste of wheat stronger and more decisive
- RECESS. Whole meal flour or added to other cereals are still a niche market, but please the customer attentive to the nutritional value.
- INTOLERANCE. Who uses flour and ingredients other than “classic”, should signal the fact to the client, who may be subject of intolerance.

From the Qualitaly pantry

Classica Mitica Superba and now made of 10 kg
Interesting innovation is the package of 10 kg flour for pizza. It’s an advantage in terms of handling (against the

25 kg classics) and also in terms of preservation of the product, which is consumed first.

Classical is instead indicated for dough leavening short (2-6 hours), for the production of traditional pizzas and the slice type “tile “ (a high pulp).

Mythical is instead a flour with high protein content, specific to the production of bakery products long leavening (18-21 hours).

Superb is a wheat flour type 00, very balanced and ideal for times of rising average (8-13 hours), suitable for your daily work.

A word from the pizza maker

Mixture and adjust some more ideas
“ The good flour is selected according to the way in which you intend to mix,” says Paolo Di Blasio from Pizza Bar, family owned pizzeria with 90 seats in



Silvi Marina (TE), 58 years old and a life as a pizza chef and cook. "I use the slow maturation with sourdough pizza which ensures a more fragrant and it's easy to digest. I have a refrigerator cabinet that contains 60/70 boxes of 15 balls. Every day, I work the dough and renewing the already prepared a day or more before. I usually use a mixture of soy and red with the W 380. I happen to change depending on estrus, I also used the stone ground but I find them a bit ' expensive for a pizza place like ours."

Has the world of flour changed in recent years has? "A lot, for choosing the grains and the consistency of the results. Once the flour did not have the same absorbency, needed adjustments, we can get the perfect dough and the same every day."

The crisis? Are you sure? A little I got

over it by using my experience as a chef and inventing on Thursday and Friday, difficult days, the "cod evenings " in which I propose pizzas with toppings of cod with various combinations, from chickpea sauce with broccoli, peppers ".

Mister Chef Ltd

Registered office: Via Danube, Shed A 65016 Montesilvano (Pe)

Tel 085/ 4681829

Turnover of € 8 million

Number of employees 15

Area served Abruzzo and part Marche

AT PAGE 28

In the Pantry

WHEAT FLOUR TYPE 00

Wheat flour type "00" obtained by grinding and sifting wheat cleaned and free of foreign substances and impurities.

FEATURES: Flour conform to current legislation, with particular reference to the law n ° 580 of 07/04/67. Clean product, homogeneous, free of agglomerated, free from stains, debris or foreign objects of any kind and size. Absence of ingredients, additives or processing aids added to any species. Color white to cream color, odor naturally without foreign odors or bad, pleasant taste and characteristic

FORMAT: 1 kg paper bag

DURATION AND STORAGE: One year from the date of packaging. Store in cool, dry place away from heat and direct light.

PESTO GENOVESE STYLE

CHARACTERISTICS: intense green color, with a typical texture and a slight separation of oil in superficial, strong flavor of basil and cheese, Pesto Genovese style Qualitaly is a viable alternative to respond flexibly to customer demands.

INGREDIENTS: It is made according to tradition, with fresh basil, garlic, pine nuts and olive oil, made from the most delicate mix with sunflower oil. It contains no preservatives, GMOs, gluten. Store in the refrigerator after opening.

Packaging: resalable glass jar of 1 kg.

SAUSAGE DIAVOLETTA

From this spicy sausage, Sausages Qualitaly is obtained from the

processing of pure pork with salt, skimmed milk powder, dextrose, spices and herbs. It does not contain gluten.

FEATURES: Product is a seasoned packed in vacuum bag, with a shelf life of 90 days when stored in a cool and dry place at a maximum temperature of 18 ° C. Average weight of single package of 500 g. It is then packed in cartons of 26 units for a total weight of 13 kg

RICE

Four varieties in the range

Carnaroli, Arborio Semifino, Semifino Vialone Nano, Ribe Parboiled. Those are the varieties of rice present in the offer of rice brand Qualitaly suitable in particular for the preparation of rice.

Characteristics: sensory analysis milled rice comes with grains typical of the variety of color characteristic of the type of processing, odor and flavor characteristic without extraneous notes or other evidence of infestation, in current or recent, by insects or rodents; or moldy smell; or smell of smoke; or rancid or stale; or any other odor, color or taste intense, unpleasant, though not due to a perfect state of preservation.

Packaging: vacuum packed in heat-sealed bags placed in cardboard case 1000 grams. Shelf life: 26 months from date of packaging.

Cooking time: 14-16 minutes for all varieties.

AT PAGE 30

Induction is served

Practical and high yields, however, the plans of induction are penalized by the purchase price

By Rachele Agostoni

Shiny, smooth, and elegant blacks: the induction hobs are beginning to catch on in professional kitchens. "Their cost is high compared to traditional plans - says Roberto Zenobi, of Formasal - for this reason they are not very common, at least in the area that I cover, but the highest yield and shortening the cooking time offset at least part of the disadvantage of the purchase price. I think they are more frequent in the north, especially in the important locals, where it is easier to amortize the purchase price. Who wants to save the

plates can choose to support induction, but they have a lower return." Anyway, there are benefits to consider. "It disperses less heat into the - more - which is cooler. In addition, these plans can be used even in places where you cannot connect to the gas, as often happens in town centers."

BUT HOW DOES an induction hob work? "Go to electricity - says Chiara Buoso of Hicook - and use a technology that allows you through the creation of a magnetic field to heat pots. Just for the fact of being electrical, these plans are much safer than the gas stove, and because the heat is transferred directly to the pot without dispersion, the cooking is faster and does not heat the surrounding environment. In this way we reduce the investments in cooling systems of the working environment and the consumption of electrical energy. In short, these new cooktops make the work environment more pleasant and healthy, which is important considering the high number of hours that you spend the cook. The cost is justified by the production technology, which requires research and attention in the assembly, and by the high costs of realization. But the expense is paid back over time, not only because of its low power consumption, but also because it makes it more necessary, or reduce them, the essential investment with a kitchen equipped with gas hobs: the cooling, dehumidification or safety fires."

TO THE CHEF ARE REQUIRED few small changes in the way he cooks. "Very often - still - the induction hobs do not have knobs, but are equipped with a system for adjusting the power touch control: a digital keyboard touch. The chef must learn new cooking times and especially to understand what are the old labels of 'flame low, medium and high'. The effort of the chef learning to use this new tool is repaid by the improved performance that it provides: it improves the cooking, because it takes place in a homogeneous way." "For the chef - says Mario Sestito of SDS - does not change the way you cook, it's just important to use pots and pans suitable. The induction technology is reliable, those who had the chance to try it were immediately convinced of the advantages: power, absence of thermal inertia, precision adjustment of the heat source, flexibility and security (do not use naked flames or radiant



floors with risk of burns). Its high efficiency translates into energy savings and therefore cheaper. In the absence of a container, the induction plate does not produce heat and consumes no energy."

EVEN THE RETURNS are high, "With the induction - explains Alessandro Carraro, of OFFCAR - over 90% of the absorbed energy is converted into heat inside the pot, which spreads evenly. Based on the size of the pan can select the level of power in a very end. But we must be careful: the induction system is powerful enough to be used in metal casting. A pot forgotten for too long on a floor access can even melt. In addition, plans are quite delicate, so you have to treat them with a degree of

caution."

TO RESUME **The advantages of induction**

Energy efficiency. The induction has an efficiency of 95 %, while the traditional gas systems have a yield of 50-60 %. Elimination of losses. For every euro spent on electricity, only 3 cents are dispersed with the induction, compared with an average ratio of 1:1 of the other systems

Shorter cooking times. To boil a liter of water takes 90 seconds. Get to boil three liters are needed about 4 minutes.

Temperature control. The temperature

adjustment allows accurate keep it constant, and it guarantees a better result.

Work environment. Cooler temperature, up to 15-20 ° C lower, air less polluted and more breathable, quick and easy cleaning

Matter of pots

To run these plans require ad hoc clocks. "In the past - says Felice Del Magro, consultant of Ballarini Professionale - the only suitable containers were those made of stainless steel, which were at the bottom of a ferritic steel disc which allowed the use of induction or even iron ones. In more recent times we have had a development of the articles of aluminum, an excellent heat conductor, with ferritic base. These pans have cooking times faster and are easier to handle. However, almost all materials can be combined with these bases. I would not recommend, however, to double the entire battery, but buying containers compatible with the measurement of levels: there must be a specific relationship between the size of the inductor and the ferritic base of the container. If this ratio does not exist, we could have even a non- functionality of the container. The modern professional kitchens have powerful sources for induction, on which you can also put containers of diameter 40 that is very large. A receptacle for the induction, however, can be used on all heat sources."

As we have seen, to use successfully serving experience in the regulation of heat and cooking techniques. "For this reason - says Angelo Agnelli, owner and general manager of the historic Baldassare Agnelli family business - we work with the chefs to identify the most appropriate tools for each type of cooking, materials and form. Thanks to the comparison with the cooks, even in our training center, we have perfected our pots, in order to adapt to induction. So we equipped our product in aluminum for food of a metal disk of about 1 cm, which makes them suitable for the induction, we have done the same for copper. The disc does not weigh too much cookware: those with aluminum chef can safely perform the jump or the pan use. Those copper, because copper heaviest weighs much more than aluminum, are suitable for static firings. Obviously, the greater processing implies a 30-40 % higher

price than their counterpart's pots for cooking hobs flame."

THE OPINION OF THE CHEF

DANILO ANGÈ.

A technology that requires learning the technics.

Daniilo Angè, for some years traveling chef, he learned to juggle different cooking surfaces, according to what is in the rooms where the kitchen. "Even if you cook over the flame has a unique charm - he admits - induction has significant advantages, especially in terms of practicality. Between cooking and the other one just went to the floor to prevent build up of dirt that will inevitably find them burned at the end of shift on a traditional plan. And then the handles do not burn, although we should not delude ourselves to be able to place one hand on a plate just off without getting burned!

Who, like me, learned to cook with gas, when it has to do with the induction should be very careful at the time of firing, which are reduced. Another advantage. On the other hand with the induction you will lose some of the gestures of the chef: to flame must adopt a torch and when you skip a preparation for the heat transfer is interrupted, even briefly. Fortunately, most modern plans continue to transmit the heat even when the bottom of the pot is removed by a few millimeters. Among the downside is the fact that

the investment is not low, especially if you also have to provide a set of pots dedicated to this type of cooking, because the pots do not last forever and sometimes go anyway replaced."

AT PAGE 34

The fifth quarter, all to rediscover

This term indicates the entrails, offal, and the less noble parts, including the head, the tail, the legs of cattle, sheep and pork. We continue to appreciate

Gregori Nalon, www.gregorichef.it

Already existed in prehistory with the habit of eating offal. The Etruscans had a predilection for the heart of calf and worshiped the fattened goose liver with figs, passion then passed to the Romans, mentioned the great gastronome Apicio (Marco Romano): The same passion that has gone through the Middle Ages and the Renaissance to land up to the coders of taste in the modern age with Escoffier and Pellegrino Artusi.

In my experience over twenty years I can say that often leave many chefs lose these parts, giving priority to those noble, just for lack of knowledge. The taste, however, is where you least



expect it, these parts having the right ratio of fat, collagen and aromatic particles extraordinary. Lately there has been a trend reversal even by renowned chef who, for economic reasons, to develop even better the "fifth quart." But then the old and healthy traditional trattoria where for years these specialties are the order of the day, it becomes all in all a reference for all? To you the thoughts and comments.

The CCUINA OF THE LOGICAL SENSE means knowing create dishes with little cost, with little waste, extract flavor from what offal, legs, tail and similar parts you can give. Every part of the fifth quarter has strong flavors; unique, different cooks and we have a duty to use them. It is obvious that you have to work with dedication: too easy to put a steak on the grill and serve it (again if you are able to cook it properly). Create sausages, meatballs; boiled in schools is an art that deserves a year of lessons, starting with the teaching use all parts of the animal. Out of respect for him and for our palates.

RECIPE BY GREGORI

MEATBALLS OF COURT soft cheese with cream

INGREDIENTS FOR THE MEATBALLS
300 g steamed tripe, calf's liver 300 g cut and left in the water for about an hour, 300 g pig heart, 200 g chicken breast. In the cutter whisk chicken breast, combine all the offal coarsely ground. Combine 900 g of boiled potatoes past the mill, 100 g potato starch, 150 g egg, 30 g chopped fresh parsley, 70 g parmesan cheese, salt and white pepper.

PROCEDURE: Mix well to form small patties of about 25g each. Aside brown 2 sprigs of rosemary, 2 cloves of garlic, sage 5 g, 40 g onion coarse, 100 g butter. Blend with 100 g of white wine then add two liters of water, 40 g of salt. Boil the dumplings for a few minutes. If not serving immediately, cool and then regenerate.

FOR THE SAUCE STRACCHINO 30 g rice flour, milk 750 g, 250 g soft cheese, 20 g Parmesan cheese, salt). Boil the milk with salt; add the flour of rice, then the soft cheese and Parmesan. Blend.

FOR THE TOAST Dice the cake, toast in the oven with a little olive oil. Serve hot.

FOR THE VEGETABLES: Boil the carrots into slices, red pepper and

yellow chunks, leeks whole. Wilt the radicchio in the microwave (about 3 minutes). Raw spinach.

FINISH In pan put all the vegetables and meatballs with a little oil and sear. Put the sauce in the bottom of the dish of soft cheese. Place the mirror sauce meatballs and vegetables in order of color, decorate with the toasted bread and raw spinach leaves and chopped toasted walnuts.

AT PAGE 38

Food, light and emotion

The choices of room illumination are crucial to give customers as well as food to consume also an environment where being at ease.

By Fabrizio Gomarasca

The light thanks to its intrinsic spreads in space for reflection: lapping the surfaces of all the objects that are on its way and then disperse into the surrounding space and can be soft or more intense in some places or moments, diffuse or concentrated.

"Even the places dedicated to catering - says Consuleo Redaelli, owner of Toolkit of Milan, specializing in interior design for bars, restaurants, canteens - convey certain emotions depending on how the light within them is designed and managed.

When you think about the contribution of light that should characterize the space of food consumption should first divide the space into areas between them consistent and compatible features and then think that depending on the different times of the day the needs and expectations of the customer may vary."

It is basically to balance the natural outdoor light with artificial light inside.

MOMENTS OF CONSUMPTION. If for instance the time of breakfast, you probably will expect an amount of light that can ensure visual comfort that can soften the contrast between natural light and outdoor light inside the room itself. In addition, one might expect a light that allows the customer to carry out those activities such as reading their morning newspapers.



"If the lighting needs - says the designer - were similar for example to a type of fast food during lunch hours, in which case it may be desirable to have a moderate amount and intensity to stimulate the consumption of the food you suggesting a brief stay in order to satisfy as many customers as possible.

In the case of Fast Food prevails certainly the business fast and quick consumption at the expense



of prolonged stay within the local area. In this case, one might expect strong illumination and impact, such as attractor to convey the greatest number of customers possible within the same Fast Food.”
For more classic and restaurant concept dedicated to the experience of the food, the lighting is thermalized; it blends with the purpose of the site to allow customers to perceive the space as a unique sensory experience. The

tones of lighting will be lower, more intimate and will be achieved through integrated management systems adjust the amount of light of the light flows.”
“Clearly - precise yet Consuelo Redaelli - in all cases the types of light sources can vary depending on the functions of the locations: access corridors, utility rooms, kitchens and rooms for guests have different lighting requirements that allow different applications in the choice of lighting and light distribution.”

Light fixtures and type of sources

I am very current LEDs (light emitting diode) as the market and the development of companies in the sector is the main focus in this type of light source.

Recently, the quality of the light of the LED lighting apparatus has definitely reached levels high performances, both from the point of view of quality and therefore the factors of color rendering (CRI Color Rendering Index) of that quantity of the luminous flux due to the high power of the multichip LEDs now available on the market (up to 35W and over, dimmable with a luminous flux of 3500 lumens with a beam aperture of 30 °, as the spotlight for track/recessed type manufactured by Pro White Wired).

Some manufacturers such as Sharp and Citizen of LEDs and Cree have also introduced into the market a new LED source: multi chip.

In practice, new technologies now allow you to enter in a surface of a 20 cent coin of EUR 200 also led, allowing manufacturers of lighting the creation of new sources of concentrated light.

Beyond any technicality, vain underlined that the customer needs to live in a particular place, that the consumption of food and of experience, are related to the quality of the visible and therefore the light. Often light more convincing, more pleasing is that derived from indirect reflection of the same with respect to the source of origin. If I think of an extremely comfortable, I turn to all those situations where the light source is concealed and the softness and amount of light back of the box are managed by all its architectural and stylistic connotations..

Architecture bright

At NYU Restaurant (designed by the London-based IM Lab Oderzo)

architectural elements are also used to justify the use and diffusion of the light, the slats suspended over the tables also serve in part to reflect the light of the environment, to soften the ‘ effect on levels of use. The built-in light is dimmable with the mesh, while the same data plans from vertical structures create divisions read that play with the lighting effect of the space.

Effect lantern

The La Brisa Restaurant in Milan enjoys an outdoor garden where, during the wetter seasons you can dine in a charming porch lit by simple decorative floor lamps Costanza by Luceplan, who, through their polycarbonate opal diffuser spreads a beautiful warm light and muffled that make the unique environment. From the outside, you feel a poetic effect lantern, which also makes outer space spellbound.

Only indirect light

The restaurant at the Vintage Valentine of Milan: the main hall is characterized by sun sconces on the walls and table lamps with all incandescent sources/energy saving warm light on the 2700-3000 ° K which spread a light enveloping, soft and indirect, never invasive

USEFUL HINTS

Enhancing the light

Keeping the same luminaire, vary the hue of the light, the power and the light beam. Here is some guidance.

Led interchangeable

There are now several examples of LED projectors with interchangeable lenses as a function of power, the color tone and amplitude of the light you want (Eos Infusion GE) or variables integrated LED systems that use the same light source adjustable in ‘ in the tone and intensity of light (Tunable White Wired).

Meat or fish?

The light sources and the color temperatures can be chosen according to the type of food to be illuminated. If it is a seafood restaurant you could opt for a light on the sometimes cold 4200 ° K with pinkish filter where it is exposed to the fresh fish to cook then serve to customers. If the offer involves exposure of meat, cured meats

or cheeses can be highlighted through the use of colored filters type pink or burgundy.

Special effects

All sources contribute if properly orchestrated, to return the uniqueness of the place.

The up lights installed in floor or perhaps at the corners of columns can infuse a dramatic effect of impact by creating defined the play of shadows. The down lights can scan the space of a hallway, can promptly draw attention to a detail, the indirect light whatever it is diffused soft light on the surface and in space, returns the senses during the experience of the place.

AT PAGE 42

The Simplicity of Lambrusco.

From the inn to the wine bar, Lambrusco is one of the most sold wines in Italy. It is an archetype of the link with the territory and fully interprets the latest trends in consumption.

By Pietro Cinti

From the wine mentioned by Virgil in his Fifth Bucolica, to a social product able to propose consumption and superstructure free from sophistry, pointing to the heart and is blunt and bubbly, just like the Emiliani the stereotype can be. Lambrusco has entered a new era, 2.0 to use the terminology of the digital age, in which this wine does not feel any psychological subjection against large national productions, great wines, aging, rather it is the strength of its characteristics, the youth, the foam, the low perfect alcohol capacity, elaborated centuries, to marry the rich cuisine of this region of Emilia. Some producers of Parma, Reggio - Emilia, Modena and Mantua, these are the areas of production of Lambrusco, each with its own specificity in the vineyard and in the cellar, have given a new makeover this wine after a long dark period in which the amount was taken over the quality, back to basics, giving a sincere impulse



qualitative and a more modern, that does not deny the tradition, but that also makes it attractive to a wider and more diverse audience.

Just forget about decanter and baloon, Lambrusco gives his best due to its simplicity of approach and in conjunction with the traditional dishes of Emilia. Egg pasta with meat sauce, or stuffed, dry or in soup (ravioli, tortellini, Cappelletti and many other preparations that have the same cultural matrix, but different names depending on the bell tower), typical cheeses such as Parmigiano-Reggiano cheese or charcuterie that in this area find their highest expression. Maybe in conjunction with those pieces of fried bread that change of name along the axis of the Via Emilia (fried pie,

fried dumplings), but which are the backbone of the classic meal "social" consumed among friends. Lambrusco is served cold and is another of the peculiarities of this sparkling red that will continue to have its say on the international market and hyper in which we are living today.

Cantine Ceci
Otello NerodiLambrusco
www.lambrusco.it

Features

Very intense purple-red color, has a fruity scent of wild berries and violets and taste, soft and harmonious.

Pairings

Meats of the territory as the Culatello of Zibello or Parma Ham and Parmigiano-Reggiano. Suitable for first and second dishes of Emilia



Chiarli
Lambrusco del Fondatore
www.chiarli.it

Features
 From vine Lambrusco Sorbara, has a dry taste and full-bodied, pleasant bouquet, delicate and evanescent foam, clear and vibrant color
Pairings
 Pasta, tortellini, boiled meat and the most typical Emilian cuisine

Ariola
Marcello
www.viniariola.it

Features
 Made with 100% Lambrusco grapes Maestri, has an intense ruby red color with purple hues, soft foam and evanescent, fragrant and fruity with

hints of cherry, berry and pink notes and enveloping taste with fruity finish.
Pairings Meats, anolini soup, pasta dishes, stew, pot-roasts, fish dishes worked, Rosa di Parma (roast stuffed with ham and parmesan cheese).

Medici Ermete
Concerto Lambrusco Reggiano DOC
www.medici.it

Features
 Lambrusco Grapes Salamino, deep red color, pleasant aroma, lingering, fruity taste and dry yet fruity, round, fresh lively harmonious.
Pairings
 Suitable to accompany the dishes of Emilia.

Cantine Lebovitz
Al Scagarün Lambrusco Provincia di Mantova Igp
www.cantinelebovitz.it

Features
 Deep ruby red color with garnet, the foam is very lively and persistent. The nose is vinous, fruity, with hints of cherry and black cherry while the taste is dry, pleasant and persistent but especially lively and genuine
Pairings
 Born in a natural way to approach all the typical dishes of Mantua: risotto, ravioli, agnoli, meats and red meats. And then entire meals that can also be combined with other cuisines are characterized by bold flavors and intense.

Cavicchioli
Vigna del Cristo Lambrusco di Sorbara Doc
www.cavicchioli.it

Features
 Foam, powder pink, very light ruby rose almost verging on cyclamen; clear fragrances including rose, not perfectly ripe strawberries, orange red and violets; flavor never yielding, balanced in its fresh and savory dryness that serves as a counterpoint to the right of all'aromaticità 'grapes
Pairings
 Meats, pasta dishes with rich sauces and condiments, meat, fish, pizza. Try it with fried fish and vegetables.

Venturini Baldini
Reggiano D.O.P. Lambrusco Rosso amabile
www.venturinibaldini.it

Features
 Made with Lambrusco grape varieties Marani, Montericco Maestro. It has deep and intense ruby red color with purple hues, the nose high impact floral played between rose and jasmine, followed by a hint of raspberry on the palate the sugar component is well supported by good acidity: final return with juicy fruity
Pairings
 Chicken livers sautéed in butter with potato gateau

Cantina di Carpi e Sorbara
Terre della Verdeta; Lambrusco di Sorbara Dop
www.cantindicarpiesorbara.it

Features
 Sparkling wine with fruity and aromatic flavor has a lively, delicate and harmonious. Pale red color. Persistent mousse and fine
Pairings
 Meats of the territory, typical dishes of the Emilia at the table

AT PAGE 46

Trends on the table, focusing on modularity

By Mariella Boni

Deconstructed dishes, miniature portions, food divided into several containers, to offer flavors that are recomposed only once you get to the palate.

The mise en place is now about as subjective as possible: it can refer to the classic style, but also freely detach from the idea of "service" as it was once intended to become something to mix freely, according to the style of the room and its own kitchen. Common denominators remain the white or light colors, preferred by the majority of restaurateurs and chefs, to choose the most possible between producers who are able to provide high-strength materials and a replenishment that lasts. Below we present some of the latest collections for the table.

Modularity and refined forms

The new collection Stella Hotel Asia the end of the line of Art Villeroy & Boch is characterized by a classic design but made by current forms "clean". It fits perfectly and opportunities for consumption and cooking style. The line is made in Premium Bone Porcelain of bright white color, extremely durable.
www.villeroy-boch.it

The staid, valuable tool

Choosing the right cutlery helps to create a personality in the service, as well as being an elegant and functional item. It's just like Broggi cutlery Stiletto 1818 a modern stainless steel 18/10. Extremely resistant to corrosion and oxidation resistance, is dishwasher without impacting over time. The glossy finish enhances the design and is also available in silver.
www.broggi.it

Country chic in table

Steelite offers Craft, a line of pottery very detailed, country-style, which incorporates the colors of nature inherent in rural areas. The line is available in shades of blue, green, terracotta, brown, gray and white. Distributed by FSG Italia srl.
www.fsg-italia.it



Color for drinking

The designer Federico de Majo signature line Tirache Di zafferano, made by master glassmakers. Each piece is enlivened by colorful graphic elements, is unique and signed by the craftsman who made it, and the range has been implemented with new bottles, jugs and boules.
www.zafferanoitalia.com

Practical and Professional

Luigi Bormioli offers Atelier: wine glasses, water glasses, tumblers, pitchers, decanters, goblets, flutes crystal glass reinforced titanium.
www.bormiolilugli.com

Soft lines into corners

The trevisana Tognana launches the Infinity line, durable porcelain. The pieces, in addition to being perfectly modulated between them thanks to the many shapes and sizes, have the

advantage of having rounded edges, so as to decrease the risk of chipping.
www.tognanaporcellane.it

Bottle holder design

Created by Mipiacemolto, the Moon rack takes up little space and at the same time is elegant and functional. Available in different colors, is an accessory with a particularly low price gives a touch of class to your wine service.
www.mipiacemolto.it

Signed by the chef

Michelin-starred chef Davide Oldani has long established a fruitful working relationship with Schönhuber Franchi, which led to the birth of the Linea D' O for the table. Now the range is extended with a new cutlery is Pastalunga, which allows you to collect the noodles and condiments at the same time with elegance.
www.schoenhuberfranchi.com