

APRILE/MAGGIO 2015

Qualitaly

MAGAZINE

IN TAVOLA
I vini del Collio

PRIMO PIANO
Expo, il più grande
ristorante del mondo

IN SALA
Organizzazione
snella

IN CUCINA
Facciamoli
ai ferri

IN DISPENSA
Baccalà e
stoccafisso

McCain

NOVITÀ

BISTRO-STYLE
FRIES



GENUINITÀ · ABBONDANZA · PIACERE



TUTTOFOOD
MILANO WORLD FOOD EXHIBITION

VIENI A **SCOPRIRLE!**

FIERA MILANO 3 - 6 MAGGIO 2015

PAD.7 - STAND B15-C18



EDITORIALE

CONTRO LO SPRECO, PER LA SALUTE A TAVOLA

Un filo rosso percorre questo numero di Quality Magazine: è quello che idealmente si collega con l'apertura di Expo. Possiamo identificarlo con il tema della salute a tavola, delle diverse declinazioni del cibo che fanno del mondo della ristorazione un attore primario nel veicolare la cultura dell'alimentazione, non solo il cibo in quanto tale.

È per questo motivo che abbiamo chiesto a un medico nutrizionista di accompagnarci, numero dopo numero, nella scoperta di come "star bene a tavola", consci che nella nostra società andare al ristorante è più che mai un'esperienza che deve appagare i sensi, ma non deve lasciare strascichi 'dopo', cogliendo in questo le suggestioni che da qualche anno vengono lanciate dal palcoscenico di Identità Golose. Nel Primo Piano che dedichiamo proprio a Expo abbiamo cercato di concentrare l'attenzione sull'impatto di questa manifestazione sul mondo dell'accoglienza intesa nel suo senso più ampio, dove la ristorazione riveste un ruolo centrale. L'abbiamo intitolato 'Il più grande ristorante del mondo' perché, senza voler sminuire il valore dei contenuti tematici di Expo e ridurre l'evento a una saga globale del food, ci siamo concentrati sul valore che la somministrazione riveste nel sito della manifestazione, ma anche in città, a Milano, dove proprio i pubblici esercizi saranno messi alla prova.

Sul fronte della dispensa, abbiamo individuato due categorie di prodotti paradigmatici l'uno della naturalità allo stato puro - le uova, anche sotto forma di prodotti convenienze per gli usi professionali - e l'altro evocativo dell'azione dell'uomo per conservare i prodotti della natura: il merluzzo nelle sue varianti baccalà e stoccafisso. Per le attrezzature ci siamo concentrati sul barbecue che, nelle sue versioni professionali, rappresenta una tecnica che assume valenze anche salutistiche e diventa immancabile nella cucina preparata al momento, l'unica che tiene sotto controllo gli sprechi di cibo. E in materia di sprechi abbiamo acceso un riflettore su un sistema di organizzazione della sala che prende spunto dal "pensiero snello" elaborato dalla Toyota e che consente di ridurre molti sprechi nelle varie fasi del lavoro.

Concludiamo, come sempre, con una carrellata sui vini, questa volta prodotti in una delle aree di eccellenza: il Collio.



Mauro Guernieri
Direttore responsabile
Quality Magazine

Anno XIV n. 86

Quality

MAGAZINE
aprile-maggio 2015

Direttore responsabile
Mauro Guernieri

Editore
Cooperativa Italiana Catering
Via Rivoltana, 35 - 20096 Pioletto (MI)

Gestione editoriale,
commerciale e amministrativa

FIERA MILANO MEDIA S.p.A.



Fiera Milano Official Partner

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

Hanno collaborato a questo numero:

Mariella Boni, Pietro Cinti, Elena Consonni, Alberto Fiorito, Anna Muzio, Gregori Nalon

Progetto Grafico Luca Ballirò

Grafica e progetti speciali Luca Ballirò 02 4997 6560 luca.balliro@fieramilanomediamedia.it

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

Pubblicità

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

Key Account Marco Fumagalli 02 4997 6033 marco.fumagalli@fieramilanomediamedia.it

Chiara Donini 02 4997 6547 chiara.donini@fieramilanomediamedia.it

Lombardia: Piera Pisati 02 4997 6548 piera.pisati@fieramilanomediamedia.it

Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia: Mondo Media Srl - Tel. 0458006369 info@mondomediasrl.it

Lazio, Campania, Abruzzo: Mastropasqua Pasquale - Tel. 347 9003241 - p.mastropasqua@spaziospunto.it

Piemonte, Liguria, Valle D'Aosta: Properzi Dominique - Tel. 347 2821493 - d.properzi@gmail.com

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

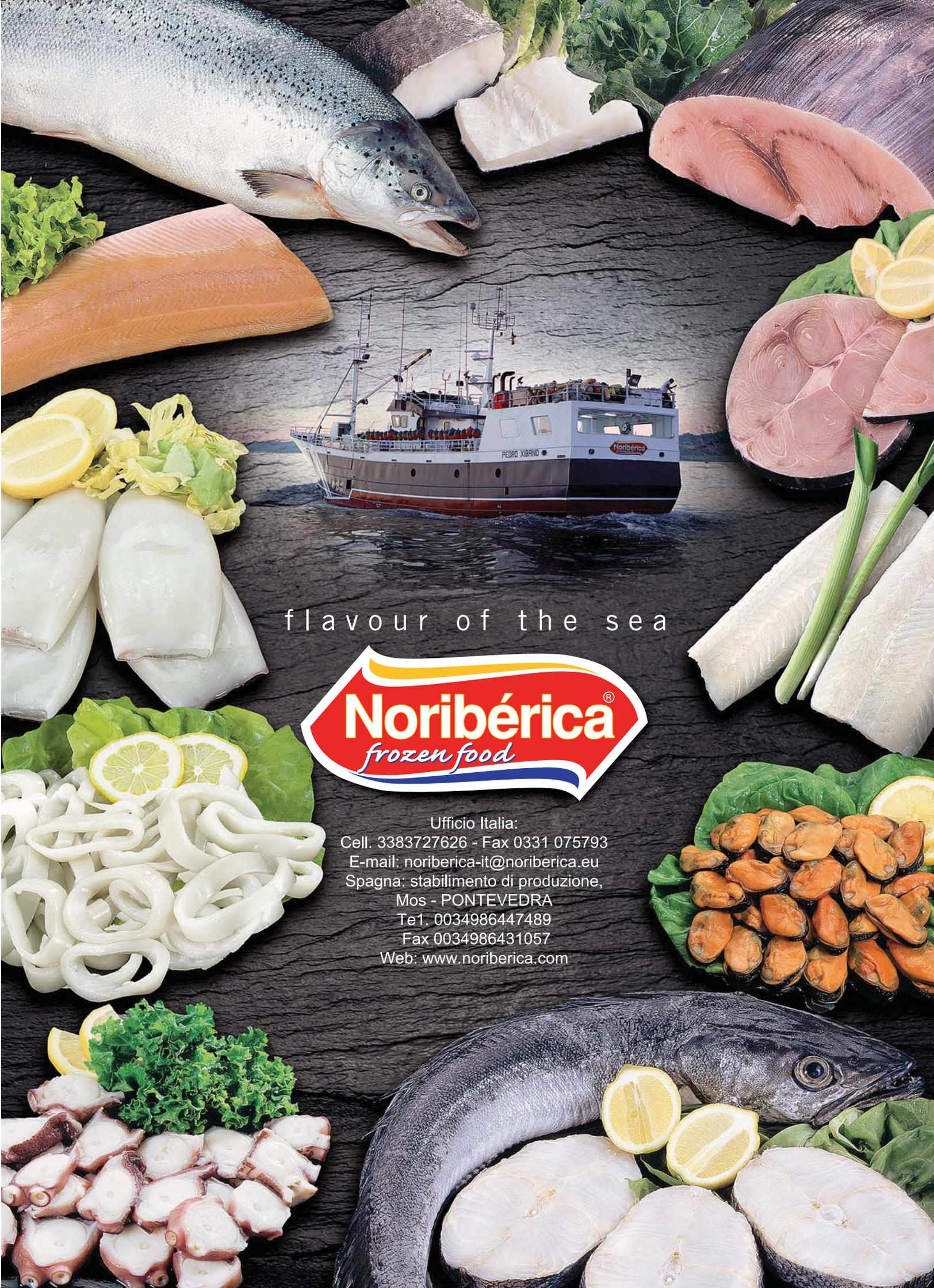
Segreteria Elena Cotos 02 4997 6553 elena.cotos@fieramilanomediamedia.it

Foto: Istockphoto, 123rf, Fotolia

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



flavour of the sea



Ufficio Italia:
Cell. 3383727626 - Fax 0331 075793
E-mail: noriberica-it@noriberica.eu
Spagna: stabilimento di produzione,
Mos - PONTEVEDRA
Tel. 0034986447489
Fax 0034986431057
Web: www.noriberica.com



IL PUNTO DEL
PRESIDENTE

APPUNTAMENTI DA NON PERDERE



Italo Nebiolo
presidente Cooperativa
Italiana Catering

All'inizio di maggio Milano sarà la capitale mondiale del cibo con Expo e Tuttofood

Quest'anno sarà importante per la Cooperativa Italiana Catering. I venti di ripresa più volte annunciati sembrano ora essersi rinforzati. Non siamo ancora al vento teso che gonfia le vele, ma non sembra nemmeno essere un refolo destinato a spegnersi. Continuando nella metafora marina, dovremmo esserci lasciati

alle spalle la bonaccia, anche se non siamo ancora fuori dalle secche.

Tuttavia, ci attendono due appuntamenti importanti che, per il loro verso, possono costituire un innesco importante per la crescita del nostro comparto e, di conseguenza, delle nostre aziende.

Non a caso sono due appuntamenti che partono insieme, all'inizio di maggio: Expo Milano e Tuttofood. Il primo è l'evento globale che per i motivi più svariati ha canalizzato gli interessi dei media nazionali e internazionali (e anche della magistratura!). Il secondo che apre i battenti a qualche giorno di distanza è la manifestazione che si occupa di food per il retail e l'horeca che, in poche edizioni, ha accresciuto la propria autorevolezza e quest'anno si presenta con tutti i padiglioni di Fiera Milano occupati.

All'inizio di maggio Milano sarà quindi la capitale mondiale del cibo e dell'alimentazione: in Expo perché si affronteranno i temi del cibo a livello planetario (Nutrire il pianeta, energia per la vita, è il claim della manifestazione), a Tuttofood perché sul fronte del business ci si confronterà con le innovazioni di prodotto che, crediamo, quest'anno saranno numerose e interessanti. Noi, come Cooperativa Italiana Catering saremo presenti a Tuttofood dove potremo incontrare clienti e fornitori, in un circuito virtuoso di scambi di informazioni e di relazioni per rendere il nostro lavoro e le nostre proposte al mondo della ristorazione più efficaci e più in linea con i cambiamenti delle esigenze dei consumatori e degli operatori professionali.

Ma non sarà l'unico nostro impegno. Perché in una manifestazione globale dedicata al cibo non potevamo restare assenti. Così a giugno saremo anche per una settimana presenti a Expo all'interno degli spazi di Confcooperative (cui siamo associati).

Perché Expo? Perché la manifestazione sarà per i prossimi sei mesi il punto di riferimento mondiale per le discussioni sul cibo, perché lì si tracceranno le linee guida dei percorsi futuri di chi si occupa di food e di alimentazione, perché l'occasione di Expo è troppo importante per non confrontarsi con chi in altri Paesi fa il nostro mestiere e trarre indicazioni utili a migliorare. Perché, in buona sostanza, immaginiamo che da Expo uscirà un nuovo modo di trattare il cibo e l'alimentazione. E la ristorazione dopo Expo dovrà essere diversa.

DATTERINI CIRIO ALTA CUCINA.
INSIEME PER TOCCARE LE STELLE.



CIRIO
1856

Alta Cucina

AL SERVIZIO DEL TUO TALENTO

cirioaltacucina.it

*Perfetti per primi e piatti a base di pesce,
i nostri Datterini si mantengono dolci nel gusto e nella cottura,
con tutto il sapore del pomodoro italiano appena colto.
Un vero gioiello di dolcezza per le tue creazioni.*



Qualitaly

MAGAZINE

n.86 aprile-
maggio 2015

01 editoriale

03 il punto
del presidente

QI NEWS

08 CIC, un meeting all'insegna delle novità - Appuntamento a Tuttofood ed Expo - Più di mille al meeting Specia Alimentari - Le visite degli associati: Formec Biffi - Pane nel pirottino: ecco la novità di Pan & Co - Specialista nella mozzarella ad uso professionale - Regionali e globali - La carne su misura dei clienti

PRIMO PIANO

18 Expo, il più grande ristorante del mondo

20 Il rischio di una Milano a due velocità

22 Il Patto per Expo

IN DISPENSA

24 Uova e derivati, alleati dello chef

25 Uova di gallina e non solo

27 La ricetta degli chef Apci - Crema cotta nell'uovo con insalata di frutta e verdura, crudo di tonno

28 Baccalà e stoccafisso sono "figli" dello stesso pesce

29 Il mito dello stoccafisso ragno

32 La ricetta degli chef Apci - Baccalà candito con la sua albumina al verdello emulsionata all'extravergine di oliva

IN CUCINA

36 Facciamoli ai ferri

37 L'alleato del catering

39 Barbecue con vista

40 Bambini al ristorante. Trattiamoli bene

IN SALA

44 Rovesciare la piramide

47 Lavoro di team a 360 gradi

IN TAVOLA

48 Star bene a tavola - L'importanza dell'acqua

50 Il vino sul confine



NYC



I dressing famosi nel mondo ora anche in Italia.

Finalmente puoi offrire ai tuoi clienti Hellmann's, la linea di dressing proposti dai locali di maggior successo nel mondo. Scegliere Hellmann's significa puntare su una qualità superiore e godere del supporto che può darti un leader assoluto del mercato.

Il tuo locale merita il meglio. I tuoi clienti meritano Hellmann's.

MILANO

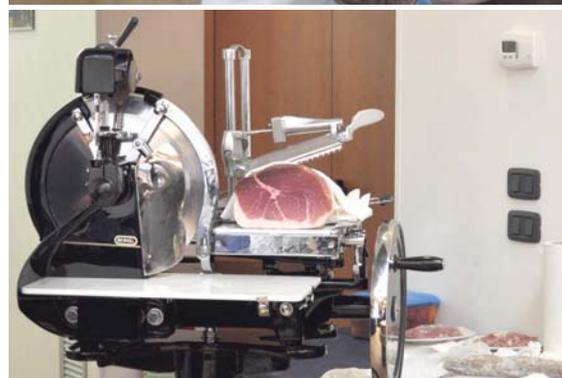




CIC, UN MEETING ALL'INSEGNA DELLE NOVITÀ

L'attività di Cooperativa Italiana Catering è sempre contrassegnata dalla ricerca di nuove soluzioni e nuovi prodotti per i propri associati e per i loro clienti. Soluzioni che da un lato prendono in considerazione l'equilibrio economico, dall'altro la sua qualità e la sua resa in cucina. È il caso dei nuovi prodotti annunciati nel corso del meeting che ha riunito a fine marzo i soci, nel consueto appuntamento di rendicontazione dell'attività della Cooperativa. Accanto alla presentazione di un nuovo fornitore nel segmento della polpa di po-

modoro e ad alcuni fornitori di prodotti a marchio nella categoria della salumeria, due sono le novità importanti nell'ittico surgelato e nella carne. Nel primo caso si tratta di calamari a marchio Il Gelo: i calamari orientali già puliti e confezionati in blocco. Nel secondo caso è stato coniato il nuovo marchio La Carne. Si tratta del primo risultato di un progetto a più ampio respiro che riguarda per il momento una linea di hamburger trasformato da carni provenienti da bestiame allevato e macellato in Italia. Quattro le pezzature previste.



La riunione commerciale Cic è un'occasione per lo scambio di informazioni con gli chef di Apici e per testare i nuovi prodotti

Appuntamento a Tuttofood e a Expo

La Cooperativa Italiana Catering sarà presente dal 3 al 6 maggio a Tuttofood, ospite presso lo stand di Fiera Milano Media (Corso Italia ST21). Dal 21 al 28 giugno, all'interno degli spa-

zi di Confcooperative alla Cascina Trivulzia, Cooperativa Italiana Catering sarà presente con altre aziende aderenti alla confederazione delle cooperative nella settimana dedicata alla distribuzione.

Un'occasione di incontro e di scambio importante per accrescere il patrimonio di conoscenze e di relazioni per continuare a essere protagonisti di rilievo nel settore dell'ospitalità.

NOVITÀ

SURGITAL

Laboratorio
Tortellini®

Primi per la Ristorazione

LASCIATEVI ISPIRARE...

...DALLA GRANDE MORBIDEZZA DEI NUOVI

GNOCCHI DI PATATA LINEA ORO,

DALLA GENEROSITÀ DEL LORO IMPASTO FATTO CON BEN 91% DI PATATE
E ARRICCHITO CON L'UOVO.

UNO GNOCCO MOLTO SAPORITO
E TENERISSIMO.



...DAL SAPORE RUSTICO DEI NUOVI

**RAVIOLACCI AL FARRO
CON FORMAGGIO E NOCI,**

DAL LORO FORMATO CASERECCIO E DALLA SFOGLIA CON
AGGIUNTA DI FARINA INTEGRALE DI FARRO.
AGGIUNGONO UNA NOTA DI DOLCEZZA LE NOCI DEL RIPIENO.

LASCIATEVI ISPIRARE DAL PROFUMO DELLA NOVITÀ!

Venite a trovarci a

**CIBUS
ITALIA**

FEDERALIMENTARE
EXPO MILANO 2015

TUTTOFOOD MILANO
3 - 6 MAGGIO 2015
HALL 7 - STAND A01-C10

Laboratorio Tortellini è un marchio

SURGITAL

L'Italiana preferita dallo chef.

Numero Verde
Servizio Clienti
800-733523

SURGITAL S.p.A. - Lavezzola (Ra) - Emilia Romagna - Italia - +39 0545 80328 - surgital@surgital.it - www.surgital.com

Più di mille al meeting Speca Alimentari



Come ogni anno Speca Alimentari, socio Cic di Baveno, ha invitato i propri clienti a una tre giorni di "Fiera dimostrativa", una iniziativa che si svolge all'inizio della primavera che coincide anche con l'avvio della stagione turistica sul Lago

Maggiore. Circa mille persone provenienti dai ristoranti e dagli alberghi della zona (il 95% del mercato di riferimento di Speca Alimentari è quello della ristorazione) hanno potuto degustare le novità presentate, a partire dai prodotti a marchio Quality e Tavola

Viva, in quello che è stato un ristorante funzionante dalle 10 del mattino alle 9 di sera. Le trenta aziende presenti infatti, ciascuna con un proprio chef o dimostratore tecnico, hanno colto l'occasione per preparare ricette con i prodotti che presentavano.

«Per noi - afferma il titolare di Speca Alimentari Fiorenzo Santini - quest'anno è stata l'occasione di presentare settanta articoli non food che abbiamo recentemente introdotto nel portafoglio prodotti, da quelli in carta ai sacchetti per il sottovuoto (una tecnica che si sta diffondendo sempre più) alle sac a poche, tanto per citarne alcuni. Nell'alimentare abbiamo invece selezionato prodotti di nicchia a completamento della gamma, per dare ai nostri clienti soluzioni di qualità che consentano loro di affrontare un panorama della ristorazione in grande cambiamento».

Le visite degli associati: Formec Biffi

Una delegazione di associati Cic ha visitato il sito produttivo di Formec Biffi, azienda specializzata nella produzione di salse e condimenti (pesto e maionese i suoi blockbuster), ma anche dolci e caffè. Il presidente Pietro Casella ha illustrato gli oltre cinquant'anni di attività dell'azienda che oggi sviluppa il 60% del suo fatturato a marchio privato

e, unico caso in Europa, ha in questo ambito un indice di penetrazione di oltre il 90%. Maionese e Ketchup nei formati secchiello 5Kg, bustine monodose, twister gr.950 alle quali seguono il Pesto e una linea di salse in vaso vetro Kg 1 (Cocktail, Tartara, Tonnata e Maionese) sono i prodotti realizzati per Cic.

Punti di forza di Formec Biffi sono la sicurezza dei pro-



dotti (di cui il laboratorio di controllo qualità è l'emblema), la versatilità nella pro-

duzione e l'organizzazione del magazzino a rotazione molto veloce.

Pane nel pirottino: ecco la novità di Pan&Co.

La filiale italiana di Pan&Co Group Austria amplia la già vasta gamma di prodotti surgelati da forno, aggiungendo ora una nuova linea di pane proposto nei pratici pirottini di cartone; uno speciale incarto pensato appositamente per mantenere intatto il gusto

fragrante del pane, come appena sfornato. Cinque le nuove referenze: segale e frumento, semi di girasole, segale e formaggio, segale e pane scuro di segale, tutte nel formato da 500g.

L'impasto del 'Pane nel Pirottino' è realizzato con farine selezionate, lievito madre



naturale, nel rispetto delle più tradizionali pratiche di panificazione, che richiedono tempi molto lunghi di lievitazione, per garantire così un pane dalla crosta croccante e dalla tenera mollica.

SENZA GLUTINE

linea family
delicatesse[®]

Quanto tempo ci metti per
fare un buon brasato?

10 minuti



Ingredienti di qualità
per mantenere i sapori della tradizione.
I vantaggi della tecnologia
per ridurre i tempi di preparazione.

*Il gusto della tradizione...
in pochi minuti!*

Per essere competitivi nel mercato odierno, occorre per forza essere all'avanguardia e continuare a innovare. Ed è proprio ciò che Delicatesse ha cercato di fare con la sua nuova "linea family": diverse tipologie di tagli di carne, dall'arrosto al bollito e al brasato, lavorati e cotti sottovuoto. Prodotti pensati per le famiglie, ma ideali per chiunque voglia preparare piatti di qualità in 10 minuti.

Quanto viene proposto è un prodotto fresco, a metà strada tra un piatto pronto e un classico taglio di carne da banco: unisce infatti la certezza di avere sempre un prodotto morbido e gustoso dal peso garantito con la possibilità di condire a piacere la carne secondo i gusti della singola persona.

Vuoi saperne di più ? Collegati al sito www.delicatesse.it



4 porzioni per confezione



Specialista nella mozzarella ad uso professionale

Latticini Parma fonda la propria attività sulla competenza, sulla specializzazione e su rigorosi controlli di qualità

Latticini Parma è un'azienda moderna, efficiente, ricca di storia e di competenze, un caseificio che ha fatto del rigore nella scelta della materia prima e nella selezione dei propri fornitori i pilastri del proprio know-how.

La ricerca della qualità è nel dna di questa azienda lattiero-casearia che lavora il latte raccolto all'interno della Comunità europea, trasformandolo in mozzarella ad uso professionale destinata al canale horeca e alle pizzerie di tutto il mondo, anche nei paesi dove sono in vigore severe leggi di tracciabilità della materia prima.

Gli scrupolosi controlli di qualità con test quotidiani sul prodotto crudo e cotto simulano i vari passaggi delle fasi operative nel forno della pizzeria testimoniando l'impegno volto a garantire 365 giorni all'anno un prodotto costante, che faciliti il pizzaiolo nella lavorazione.

La mozzarella ad uso professionale per pizza prodotta da Latticini Parma è infatti indicata sia per forni a legna che per forni elettrici, non brucia



ad alte temperature e garantisce le stesse proprietà anche a temperature più basse; non rilascia né siero né olio in cottura (ideale per un cartone sempre pulito in caso di asporto). Sulla pizza, poi, è garantita una filata perfetta, con una resa maggiore.

Tutte queste caratteristiche performanti hanno fatto scegliere Latticini Parma dai migliori player del settore, tra i quali Funetta e Cooperativa Italiana Catering, per i prodotti a Marchio Qualitaly e Tavola Viva.



UNA GAMMA COMPLETA

Le mozzarelle prodotte da Latticini Parma sono un formaggio a pasta filata ottenuto da cagliata di latte, tramite innesto con fermenti lattici. La pasta fibrosa si scioglie al calore con il tipico effetto filante della mozzarella. Quattro i formati e le tipologie in gamma. **MOZZARELLA TAGLIO CUBETTINA.**

Tagliato a cubetti delle dimensioni 7x7x7 mm, confezionato in vaschetta di propilene da 3 Kg in atmosfera protettiva.

MOZZARELLA TAGLIATA A JULIENNE.

Tagliato a strisce delle dimensioni lunghezza 4-5 cm, larghezza e spessore 2 mm, confezionato in vaschetta preformata da 3 Kg in atmosfera protettiva.

MOZZARELLA FILONE TERMOSALDATO .

Formato filone cilindrico lungo cm 26 ca con diam. cm 7,7- 9,5 (peso Kg 2 ca.) confezionato in film plastico per alimenti termosaldato, con etichetta a norma di legge.

MOZZARELLA FILONE SOTTOVUOTO.

Formato filone cilindrico lungo cm 22 ca con diam. cm 7,5 (peso Kg 1 ca.) confezionato sottovuoto in film plastico per alimenti, con etichetta a norma di legge.





QUALITÀ + ESPERIENZA + STORIA + RICERCA + MERCATO



I prodotti Le 5 Stagioni propongono agli specialisti del settore le migliori soluzioni per ogni tipo di lavorazione: dalle farine per le lavorazioni con lievitazioni lunghissime a quelle macinate a pietra, dai semilavorati con cereali diversi dal grano alla farina senza glutine, dal lievito di birra al famosissimo lievito madre Naturkraft. Dal 1831 l'azienda è costantemente impegnata ad ottenere il meglio, con l'utilizzo delle migliori materie prime, di una macinazione lunga per non danneggiare gli amidi e con l'impegno del più importante centro di ricerca e sviluppo del settore.

Farine e semilavorati per pizze leader in Italia.





Regionali e globali

Il legame con la tradizione e il territorio è il punto di forza di Morelli Catering Service che risponde alle esigenze di una ristorazione in evoluzione

Tradizione al passo con i tempi: è questa la caratteristica distintiva di Morelli Catering Service, società fondata nel 1980 ma che vanta una lunga storia familiare nel commercio alimentare all'ingrosso. Dal 1880, anno in cui Giuseppe Morelli – nonno dell'attuale e omonimo tito-

lare – fondò infatti la prima azienda di famiglia, l'azienda ha fatto molta strada, adeguandosi alle nuove esigenze del territorio in cui opera, principalmente le province di Trento e Bolzano, con estensioni alle aree limitrofe, come Tirolo e Voralberg austriaco.

Oggi segue la ristorazione commerciale e collettiva: alberghi, pizzerie, ristoranti, case di riposo, ospedali e mense scolastiche. Morelli Catering Service è tra i soci fondatori di CIC, Cooperativa Italiana Catering.

Tra le più recenti testimonianze della capacità di stare al passo con i tempi c'è l'apertura, nell'ottobre del 2003 di un nuovo centro logistico ad alta tecnologia: 3600 metri quadri coperti (5600 metri cubi ad area refrigerata con celle per lo stoccaggio di prodotti freschi e surgelati) su un'area di 10mila metri quadri.

Ancora più recente è l'inaugurazione di un cash & carry, dove i clienti possono recarsi personalmente per acquistare prodotti freschi, carne e ortofrutta, prodotti surgelati, ma anche pentolame, bicchieri, porcellane, prodotti per la detergenza, tutti specifici per la ristorazione. I più evoluti (da un punto di vista tecnologico) possono anche optare per gli acquisti on-line, attraverso il sito

www.morellicatering.com. Ma essere al passo con i tempi significa ancora di più. «Anche nella nostra regione – spiega Lorenzo Morelli, figlio di Giuseppe e membro del consiglio di amministrazione di CIC – la ristorazione è sempre più globalizzata. Ecco perché il nostro sito parla diverse lingue, oltre l'italiano: il tedesco e l'inglese, ma anche lo spagnolo, l'arabo e il cinese. Anche il nostro assortimento si sta facendo sempre più internazionale».

www.morellicatering.com. Ma essere al passo con i tempi significa ancora di più. «Anche nella nostra regione – spiega Lorenzo Morelli, figlio di Giuseppe e membro del consiglio di amministrazione di CIC – la ristorazione è sempre più globalizzata. Ecco perché il nostro sito parla diverse lingue, oltre l'italiano: il tedesco e l'inglese, ma anche lo spagnolo, l'arabo e il cinese. Anche il nostro assortimento si sta facendo sempre più internazionale».

TUTTI A LEZIONE DI CUCINA LOCALE

A tutti i clienti che vogliono mantenere la propria cucina aggiornata alle più recenti tendenze, Morelli Catering Service mette a disposizione Cucina Morelli, un centro di cucina sperimentale. Qui, in collaborazione con le aziende fornitrici, alcuni chef promoter si mettono a disposizione di gruppi da 8-10 colleghi per dare loro nuovi spunti per arricchire il proprio menù. Il focus di queste lezioni è la valorizzazione dei prodotti agricoli locali, declinati in nuovi accostamenti e composizioni. A confermare lo stretto legame con il territorio, le nuove ricette sono create dalla Scuola Alberghiera di Levico (Tn).



Lorenzo Morelli

Morelli Catering Service

Sede legale: Via Stazione, 24
38050 Novaledo (TN)

Tel. 0461 721370 - Fax 0461 720051

info@morellicatering.com

www.morellicatering.com

Area servita: Trentino Alto Adige, Tirolo, Voralberg austriaco

Fatturato: 7.700.00 euro

Addetti: 30 tra dipendenti e agenti



WURSTEL SCARLINO. LA FAMIGLIA SI ALLARGA.



Mia cugina
Emanuela:
tutta fitness,
jogging e
naturalmente
wurstel
vegetariano.



E' vero! La qualità del wurstel lascia sempre il segno:
Francesco e mia sorella Anna da quando hanno scoperto
il wurstel 100% coscia di pollo, non se ne separano più.

Che simpatico
zio Luca
vero intenditore,
per lui i
wurstel Scarlino
sono solo
i Bratwurst.



A me
e a Marco, invece,
continuano
a piacere
sempre i
wurstel Boys.



Nascono i nuovi Wurstel Scarlino
Tanti gusti e tante ricette originali per tutta la famiglia.
Con Scarlino la bontà è sempre più di casa.

WURSTEL
GRILLBRATWURST
GUSTO ORIGINALE



WURSTEL
VEGETARIANO



WURSTEL
100% COSCIA DI POLLO



WURSTEL
MINIBRATWURST
GUSTO ORIGINALE



WURSTEL
ROSTBRATWURST
GUSTO ORIGINALE



dal 1971

La carne su misura dei clienti

Come in una macelleria, gli operatori di Salsocarni preparano ogni pezzo letteralmente su misura, per soddisfare ogni esigenza di hotel e ristoranti



È la carne la passione dei fratelli Marco, Andrea e Carolina Toscani, che insieme guidano Salsocarni, azienda storica di Salsomaggiore (Pr), da quattro generazioni di proprietà della famiglia. Come il nome lascia facilmente intuire la società è specializzata nel commercio della fonte proteica per antonomasia. E non si limita a venderla, ma lavora le mezzene. I Toscani amano definire "sartoriale" il loro modo di trattare questo alimento, in contrapposizione a quello di tante

altre aziende del settore, che è invece più industriale. «Il locale di lavorazione della carne – spiega Carolina Toscani – è autorizzato CEE e ha il bollo per l'esportazione. Anche se noi non esportiamo, questi certificati garantiscono la cura per la qualità, l'igiene e la sicurezza. Per noi ogni cliente e ogni taglio sono unici: disossiamo, tagliamo, porzioniamo,

leghiamo ogni pezzo in base alle richieste specifiche di ciascun ristorante o albergo, anche per piccole quantità. Non esiste uno standard. È per questo che ci definiamo dei sarti. Abbiamo trasferito al mondo del fuori casa la sapienza nel lavorare questo prodotto, tipica delle macellerie tradizionali». Il punto di forza dell'offerta dell'azienda sono le carni bovine, provenienti anche dalle zone più rinomate d'Europa per l'allevamento, come l'Irlanda e la Scozia. Molto interessante è anche l'offerta di carne suina, ovina e pollame. Tutte le carni trattate da Salsocarni provengono da allevamenti

in cui i capi sono sottoposti al processo di finissaggio in stalla, che prevede – dopo il pascolo – un periodo di dieta a base di cereali e mais, che rendono la carne morbida e più saporita. Ma Salsocarni non è solo carne: per offrire un servizio più completo ai professionisti della ristorazione, propone alla clientela un assortimento di prodotti completo, con l'introduzione di sempre nuove referenze dalle specialità alimentari al pesce alle verdure surgelate, accompagnate da un rapido servizio entro 24 ore. Ciò è frutto anche della scelta di entrare in Cooperativa Italiana Catering.

DA UNA EXPO, ALL'ALTRA

Corsi e ricorsi della storia. In anno di Expo è più che mai opportuno ricordare come oltre un secolo fa Riccardo Toscani, bisnonno degli attuali titolari di Salsocarni, per la bontà delle sue carni vinse la medaglia d'oro in occasione dell'Esposizione Internazionale del Lavoro, Agricoltura, Industria, Alimentazione, Igiene, che si tenne a Milano nel 1914 (nella foto il diploma con la medaglia). Due le osservazioni interessanti: la prima è che dopo 100 anni torna in una esposizione milanese un tema importante come l'alimentazione; la seconda è che gli eredi rimangono fedeli alla tradizione di famiglia, continuando a lavorare e commercializzare la carne con la stessa cura e passione dei propri avi.



Andrea Toscani, presidente di Salsocarni

Salsocarni srl

Sede legale:
Via Parma, 80, 43039
Salsomaggiore Terme (PR)
Telefono: 0524 571451
salsocarni@gmail.com

Area servita: Parma, Piacenza, Cremona
Addetti 21, agenti 7



SOLUZIONI, PROGRAMMI E PRODOTTI
DI CUI TI PUOI FIDARE, OGNI GIORNO.

www.olitalia.com

140 unità

di ristorazione presenti sul sito, per un totale di 60 mila mq di superficie, il 40% gestito da Expo 2015 Spa, il 60% da partner e paesi partecipanti.

26 milioni

di pasti: 13 milioni nei 55 giorni di picco (weekend e festivi) e 13 milioni nei restanti 129 giorni

46 mila

tonnellate di alimenti consumati: 33 mila tonnellate di bevande e 13 mila tonnellate di cibo solido.

Ripartizione pasti

sito Expo:
colazione 6%,
pranzo 65%,
snack nel pomeriggio
17%, cena 12%

7.877

gli "esercizi di somministrazione" nel Comune di Milano



Expo, il più grande ristorante del mondo

Sostenibilità e innovazione tra le aspettative dei visitatori. Che graviteranno su tutta l'area metropolitana ed oltre. Un'opportunità per tutti da cogliere, però, in un'ottica di servizio a un cliente diverso e variegato

DI ANNA MUZIO

Una immensa kermesse, un gigantesco parco-giochi, un enorme contenitore di idee, eventi, suggestioni. Al centro di tutto, il cibo.

Ma cos'è veramente Expo Milano, che aprirà i battenti il 1° maggio per sei mesi e attende 20 milioni di visitatori? E soprattutto, come sarà organizzata la ristorazione e quali sono le opportunità per gli operatori del settore? Lo abbiamo chiesto alla società di ricerche che su Expo Milano lavora da anni, all'azienda che si occuperà di fornire

un pasto su quattro nel sito dell'esposizione e a un ristoratore che opera "fuori", in città. Ecco cosa abbiamo scoperto.

«Al centro di tutto c'è il cibo come evoluzione del gusto e del sapere, con una grande proiezione verso il futuro, ma anche la sostenibilità, il benessere, i futuri stili di vita e sociali - spiega Giuseppe Minoia presidente onorario Gfk Eurisko, market research official sponsor EXPO-. Gli occhi sono puntati sulla ristorazione in particolare, che è al centro delle aspettative e dei desideri

dei visitatori, non solo come occasione per provare cibi originali fuori dal quotidiano ma anche come modo per capire come potrà evolvere domani: questo è il primo punto nelle attese. Dentro e fuori dal sito, ci si aspetta che i ristoranti di tutti i tipi, dal tradizionale al fast food, alla pizzeria si attivino per proporre qualcosa di nuovo. E sono tutti coinvolti, c'è spazio per tutte le tasche e tutti i target».

VISITATORI SMART. Chi andrà a visitare EXPO? «Il 40% degli italiani

11

(ad oggi) gli chef ambassador Expo: Ugo Alciati, Enrico Bartolini, Cesare Battisti, Andrea Berton, Moreno Cedroni, Carlo Cracco, Ernst Knam, Pietro Leemann, Gualtiero Marchesi, Davide Oldani e Cristina Bowerman.

I Format

I RISTORANTI FREE FLOW TRACCE

proporranno piatti d'impronta italiana, alla scoperta di sapori tra tradizione e innovazione, abbinati a un arredo attento all'ambiente e all'elevata riciclabilità dei materiali.

VIAVAI
una rivisitazione innovativa e in chiave moderna del self in versione snack è una formula che concilia la regionalità e la semplicità dei piatti della tradizione italiana con la fragranza dei prodotti da forno.

LET'S TOAST
è un format dedicato al pane in cassetta abbinato a ricette gourmet, la rivisitazione di una formula fast food con la preparazione espressa di toast e tramezzini fatti con pane in cassetta rigorosamente fresco, secondo tante ricette semplici ma sfiziose.

CHICCOTOSTO
per la caffetteria snack, un format innovativo che coniuga l'incontro di nuovi arredi dominati da un mosaico a ricette di "bombonerie" dedicate ai borghi italiani



sono giovani e dinamici, vorranno vedere cose mai viste e assaggiare e sperimentare cibi mai provati, da tutto il mondo. Poi ci sono i loro genitori: colti, benestanti e provenienti da aree urbane, hanno la passione per il cibo. Ci sarà però anche chi vede Expo come un grande parco di divertimenti dove passare una giornata diversa dal solito», spiega Stefano Pironi, Research Manager GfK Eurisko. «Dall'estero c'è il viaggiatore che ha l'Italia come meta e va convogliato sul sito e quello che viene appositamente per l'esposizione e poi viaggia, tipicamente su due assi, Torino-Milano-Venezia e Milano-Firenze-Roma, fermandosi in Italia 8/9 giorni».

Sono attesi un milione di cinesi e quasi altrettanti statunitensi, e molti arrivi da Germania e Svizzera. Venti milioni in tutto di cui 12/14 milioni di italiani, 3,4/4,5 milioni di europei e 2,6/3,5 milioni dal resto del mondo. Ma anche il 60/65% dei milanesi (pari a 650/750mila persone) ha intenzione di visitare il sito, e l'80% pensa di usufruire degli eventi organizzati nell'area metropolitana. Un esercito pronto

PRIMO PIANO

ad assaggiare cibi da tutto il mondo, vivere un'esperienza educativa, avere uno sguardo sul mondo del futuro e viaggiare nei cinque continenti rimanendo in un solo luogo.

LA RISTORAZIONE NEL SITO. Saranno circa 130 i "luoghi della ristorazione" nel sito di Expo Milano 2015. Ogni padiglione dei Paesi avrà uno o più ristoranti al suo interno.

Le aree dedicate tra un padiglione e l'altro invece sono state affidate a CIR food, che coprirà il 25% circa dei pasti interni. «Sono 17 locali in sette edifici in legno di grandi dimensioni dislocati lungo il Decumano, la via principale che unisce simbolicamente il luogo di consumo di cibo, la città, a quello di produzione, la campagna - spiega Daniela Fabbi Responsabile Comunicazione e Marketing -. A questi si aggiungono tre punti ristoro (bar, ristorante e area pic nic) all'interno di Cascina Triulza, il padiglione della società civile. In totale oltre 4.000 sedute in quattro nuovi format, ognuno con la propria caratterizzazione: 4 ristoranti free flow ("Tracce"), 8 quick service restaurant ("Viavai" e "Let's toast"), 4 caffetterie snack ("Chiccotosto"), un ristorante con il servizio al tavolo dal brand Aromatica in collaborazione con CHIC, Charming Italian Chef. Tutti i locali rimarranno aperti dalle 10 alle 23 e rinnovano l'offerta gastronomica nell'arco della giornata per coprire tutte le fasce orarie.

Quali criteri avete seguito per delineare i menu? «Italianità, stagionalità,



Expo in sintesi

145

Paesi partecipanti, rappresentanti del 94% della Popolazione Mondiale pari a 7 miliardi di persone.

9 CLUSTER

riso, cacao, caffè, frutta e legumi, spezie, cereali e tuberi, biomediterraneo, isole, mare, cibo, zone aride.

globalismo, neo-tradizionalismo, salutismo, etica e sostenibilità ambientale. I piatti sono semplici per essere di immediata comprensione da parte di tutti». Non manca l'attenzione al cliente multicanale e iperconnesso, con postazioni tablet per la navigazione e postazioni per la ricarica in sicurezza dei dispositivi in tutti i locali. Sarà possibile la modalità di pagamento contactless mentre come in tutta Expo ci sarà il wi-fi free.

Attenzione anche alla politica dei prezzi: «Un pasto completo presso il ristorante Tracce potrà costare 12-14 euro, anche meno se si scelgono composizioni ridotte. La media dello scontrino medio di questi format si aggirerà sui 7-8 euro - continua Fabbi -. Sono

locali pensati per una clientela con esigenze d'un servizio ristorativo rapido, offriranno un'esperienza gastronomica di buon livello in un ambiente rilassante, con una proposta ampia e rinnovata di frequente, seguendo la stagionalità, in grado di soddisfare anche i clienti gourmet. Tutti i piatti saranno realizzati con materie prime fresche e cucinate al momento, anche per evitare gli sprechi. Cerchiamo di coniugare sostenibilità e accessibilità, ovvero qualità a costo contenuto grazie a ricerca e innovazione. Cercheremo di tradurre questo impegno anche attraverso workshop nei locali di Expo sul tema: *Vivere il cibo, solide radici per nutrire il futuro*».

CIR food coinvolgerà circa 500 persone

Il rischio di una Milano a due velocità

La proposta ristorativa del polo espositivo è pantagruelica, e (per la prima volta in un'Expo) si protrae fino a sera. Data la presenza di eventi in loco (il Cirque du Soleil ad esempio tutte le sere da maggio a fine agosto), trasporti low-cost (metro) e l'accesso a 5 euro dopo le 19, molti visitatori (e milanesi) potrebbero decidere di cenare nel sito di Expo. La città rischia invece di avere due o tre velocità: il centro con piazza Duomo, Brera, Garibaldi e i Navigli affollati e pieni di eventi e luoghi d'attrazione (solo per citarne alcuni Eataly Smeraldo, il Mercato del Duomo di Autogrill,

il Casello Daziario Ovest di Porta Venezia vetrina del Percorso culturale e degustativo delle eccellenze dei prodotti agroalimentari ed erboristici di Confcommercio). Le periferie invece rischiano l'abbandono. Qualcosa però è già programmato: il festival musicale organizzato nell'area di 12mila mq dei Mercati Generali ad esempio, che unirà musica e street food con i prodotti d'eccellenza dei mercati milanesi. Ma sono già 17mila gli eventi registrati nell'area urbana Milanese, reperibili sul sito www.fuoriexpomilano.it e organizzati da oltre 2.000 imprese locali.

1,1 MILIONE

di mq superficie totale dell'area dove si svolgerà la manifestazione

53

padiglioni (11 in più del record di Shanghai 2010).

5 AREE TEMATICHE:

Padiglione Zero, Future Food District, Children Park, Parco della Biodiversità e area Arts & Food.

al progetto Expo, di cui 400 nuove assunzioni, l'80% già in formazione. L'altro grande player nel sito è Eatly, presente con un padiglione di 20 ristoranti, ognuno dedicato a una diversa regione italiana. Peck si occuperà del ristorante alto di gamma nel Padiglione Italia. Mentre, tra le polemiche, McDonalds avrà un padiglione pensato per illustrare "le filiere agricole italiane partner del marchio globale".

MILANO E DINTORNI. Secondo Gfk il 60% dei visitatori italiani passerà almeno una notte fuori casa ed è chiaro che Milano non può assorbirli tutti, quindi si creerà un network tra le città del Nord Italia, che si occuperanno dell'ospitalità e in gran parte della ristorazione serale dei turisti Expo. Quattro su dieci italiani oltre al sito visiteranno la città. Per gli stranieri, Milano è già una meta attrattiva di per sé, che possiede quei valori di arte, eleganza, buon vivere e buon cibo che gli italiani non sempre le attribuiscono. Dice Alfredo Zini, Consigliere Nazionale Fipe e socio del ristorante Al Tronco di Milano: «In città l'offerta ristorativa si sta ampliando, ci sono tanti imprenditori che stanno puntando sull'etnico, investendo in strutture ampie per andare incontro alle esi-

CHEF AMBASSADOR

Ecco alcuni degli Chef Ambassador di Expo e che cosa hanno detto riguardo all'Esposizione Universale di Milano

GUALTIERO MARCHESI 1

«Con Expo abbiamo a disposizione un momento in cui possiamo veramente dimostrare quello che possiamo fare».

CRISTINA BOWERMANN 2

«Mi piacerebbe che Expo focalizzasse le proprie attenzioni sui pericoli dell'inquinamento, anche di quello che avviene nei processi di produzione del cibo nella ristorazione».

CESARE BATTISTI 3

«Spero che tutto il lavoro fatto da Expo possa determinare, anche in collaborazione con la FAO, un accesso al cibo per molte più persone di quello che c'è adesso».

UGO ALCIATI 4

«Con una produzione ecosostenibile, mirata, riducendo gli sprechi, secondo me lavoriamo anche su quello che è ambiente, ecosostenibilità e produzione».

ENRICO BARTOLINI 5

«Penso che l'ambiente sia il tema più rilevante e attraverso l'agricoltura e gli scienziati - che sono i contadini, i miei preferiti - possiamo ottenere grandissimi ingredienti».

CARLO CRACCO 6

«Questa Expo offre un sacco di opportunità perché noi siamo tra i maggiori paesi con un patrimonio legato all'alimentazione, ai prodotti, alla trasformazione, al gusto».



PRIMO PIANO



LEGENDA: ■ AREE TEMATICHE ■ AREE EVENTI ■ AREE DI SERVIZIO ■ CLUSTERS ■ PARTECIPANTI UFFICIALI CON PADIGLIONE PROPRIO ■ AZIENDE ■ PADIGLIONE ITALIA ■ SOCIETÀ CIVILE

genze dei turisti cinesi, indiani, arabi in arrivo. Aumentano le strutture che propongono cucina vegana, kosher, halal, anche temporary restaurant, strutture molto grandi che apriranno per i sei mesi dell'esposizione per soddisfare esigenze particolari, di dieta o convinzioni religiose. Per noi ristoratori è un'occasione troppo importante per non valorizzare i nostri prodotti e sapori: Expo ha senso se diventa

un volano, un punto di partenza per la ripresa». Evitando quella vecchia usanza italiana di spennare lo straniero «che tanto poi non torna più», ma mettendosi in un'ottica di servizio ed accoglienza. In questo senso va il Patto per Expo tra bar e ristoranti milanesi promosso da comune di Milano e Camera di Commercio (v. box). Non mancano gli

stellati schierati con ristoranti nuovi o nuovissimi, in versione alta gamma o «gourmet low cost», da Berton a Cracco con la sua Segheria.

CUCINA ITALIANA REVISITED. Come rispondere dunque alle esigenze di questi nuovi clienti? «Una chiave di lettura può essere quella di proporre le ricette tipiche della tradizione italiana (la richiedono e se l'aspettano i tanti stranieri in arrivo), utilizzando prodotti del territorio, tipici, ma - dice Zini - con un occhio di riguardo alle esigenze di tutti. Ad esempio, chi non mangia maiale per motivi religiosi deve avere delle valide alternative per l'antipasto. Ma anche chi è soggetto ad

intolleranze al lattosio o al glutine. La cosa più difficile è però comunicare al consumatore nella sua lingua attraverso il menu, indicando la composizione delle ricette e la presenza di eventuali alimenti problematici. Una nota dolente è proprio la scarsità di collaboratori che parlano lingue straniere. Poi c'è il tema della comunicazione: esistono liste dei ristoranti della regione ma per distinguersi è necessario comunicare, tramite il web innanzitutto, la propria specificità, la propria storia, sottolineare che si è attrezzati ad esempio per accogliere bambini o cani. Dare insomma più informazioni possibili nelle lingue principali che sono inglese, russo e cinese. Anche la presenza di wi-fi libero, fondamentale per gli stranieri, va comunicata fin dalla vetrina». Una cosa è certa, come ha detto il presidente di Camera del commercio milanese Sangalli «l'immagine che lasceremo ai visitatori è il nostro migliore investimento per il futuro di Milano e del Paese». Le aspettative ci sono, e sono tante: innovazione, sostenibilità, creatività, vita. Se non saranno accolte anche dagli operatori dell'ospitalità, una grande opportunità potrebbe trasformarsi in un effetto boomerang.

Il Patto per Expo

Gli impegni del patto per EXPO tra Comune Milano, Camera di Commercio Milano, bar e ristoranti milanesi:

- garantire un menù bambini e un menù turistico Expo;
- favorire accessibilità ai servizi igienici (anche ai non consumatori);
- accompagnare automaticamente il servizio al tavolo ad un bicchiere/caraffa d'acqua «del Sindaco»;
- predisporre menù, carte e listini in più lingue;
- «moral suasion» sui prezzi di alcuni prodotti di larghissimo consumo (es. 1/2 bottiglietta d'acqua e tazzina del caffè al banco);
- specifica attenzione nella vendita e somministrazione di bevande alcoliche (es. particolare attenzione ai divieti per minori e a persone in stato di ebbrezza);
- formazione linguistica di base di lingua inglese;
- promozione prodotti locali dell'eccellenza lombarda.



Alfredo Zini



La zona dei Navigli a Milano sarà uno dei luoghi di maggiore affollamento della città anche durante Expo



IL MAGGIOR PRODUTTORE ITALIANO DI SALSE

Gaia

L'eccezionalità di Gaia sta nell'ampiezza della gamma, che propone soluzioni per tutte le esigenze dei consumatori.

Ben 90 referenze che spaziano dalle salse classiche a base di maionese alle salse etniche, dai condimenti classici per insalate ai dressing, dai saporiti sughi per pasta della tradizione italiana alle delicate creme.



scopri la gamma su www.gaia.eu

FORMEC BIFFI Via Piacenza 20 - 26865 San Rocco di Porto (LO) Italy
www.formecbiffi.it

Uova e derivati, alleati dello chef

Le uova fresche non possono mai mancare nella cucina professionale. Vanno però trattate con molta attenzione. Per questo una mano allo chef arriva dagli ovoprodotti

V DI MARIELLA BONI

ersatile quanto più non si può immaginare, l'uovo si adatta a ogni esigenza gastronomica: cotto o crudo, dolce o salato, come ingrediente o protagonista di svariate ricette, è immancabile nelle prime colazioni internazionali o nel brunch che tanto piace anche agli italiani metropolitani. E anche i nutrizionisti hanno rivisto i loro consigli alimentari: se fino a qualche tempo fa suggerivano di mangiare solo un paio d'uova a settimana per via del contenuto di colesterolo (il tuorlo ne contiene circa 200 mg), ora è raccomandato un consumo fino a 4 uova a settimana, in quanto fonte di nutrienti importanti (vitamine A e B), sali minerali

(specie calcio e ferro) e per l'elevato contenuto di proteine (7 g per uovo). Nella ristorazione se ne fa un largo uso, ma se dell'uovo fresco nessuno chef fa a meno, altrettanto pratici e in molti casi indispensabili sono gli ovoprodotti, ovvero i prodotti derivati dalla trasformazione delle uova. Ne parliamo con Federico Lionello, direttore Commerciale e Marketing di Eurovo, gruppo leader del settore ovoprodotti in Italia ed Europa.

In primo luogo, ci fornisce qualche informazione sui consumi di uova: stabili, in calo o in crescita?

In generale il consumo di uova è buono. Nella ristorazione, in particolare, registriamo un incremento



Federico Lionello, direttore Commerciale e Marketing di Eurovo

annuo progressivo dell'utilizzo del prodotto fresco pastorizzato in brik. Buone performances le stiamo ottenendo soprattutto con il prodotto Biologico.

Se la scelta cade sugli ovoprodotti,



quali sono i vantaggi sia in termini salutistici sia in termini pratici che il professionista può ottenerne?

Il prodotto è pastorizzato, quindi vi è una totale assenza di salmonella. La pastorizzazione, riducendo la conta batterica, rende l'ovoprodotto più sicuro dal punto di vista microbiologico garantendo una maggior sicurezza igienico-sanitaria, anche per i prodotti finiti.

L'impiego di ovoprodotto permette, inoltre, di uniformare le ricette, garantendo al professionista un risultato costante e ripetibile in relazione alle richieste dei clienti. Minore spreco di tempo e praticità d'uso sono altre due caratteristiche fondamentali degli ovoprodotto che agevolano ulteriormente i professionisti della ristorazione.

SAPERE SCEGLIERE

Uova, di gallina e non solo

GALLINA 1

Hanno un peso standard attorno ai 60 g, ma possono arrivare fino a 80, a seconda delle categorie di appartenenza (S, M, L, XL). Adatte a qualsiasi uso di cucina. Quelle a guscio bianco, in Italia meno diffuse, all'estero sono usate quasi esclusivamente per le preparazioni del mattino (sode, strapazzate, fritte) perché se ne riconosce più facilmente la freschezza: se sono vecchie si formano macchie grigiastre.

QUAGLIA 2

Minuscolo e ricoperto da macchie marroncine, l'uovo di quaglia si serve generalmente all'occhio di bue, sodo o poché, per valorizzarne le piccole dimensioni. Perfetto per appetizers e tapas.

PERNICE 3

Anch'esso di modeste dimensioni, si riconosce per il guscio grigio puntinato. Prodotto raffinato e di alta gastronomia, ne servono un paio per porzione. Solitamente si preparano sode o poché.

FARAONA 4

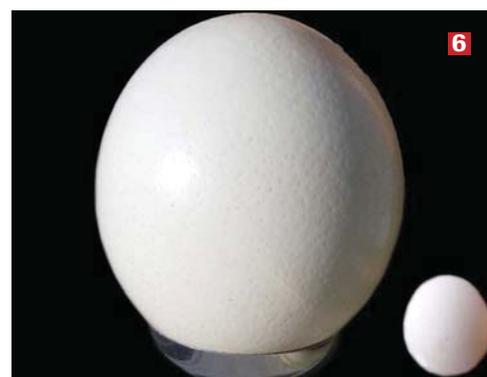
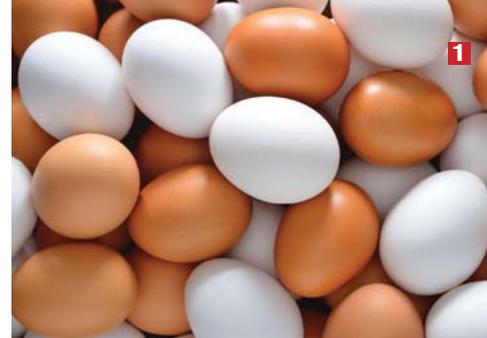
Un uovo poco più grande di quello della pernice e simile per dimensioni a quello delle galline nane, ma con tuorlo più piccolo e con guscio molto resistente. Bene poché o fritto, non è invece indicato per preparare pasta all'uovo.

OCA 5

Più grandi di quelle di gallina, le uova di oca (e quelle di anatra) sono particolarmente ricche di lecitina. Una caratteristica che, se usate per preparare pasta fresca, ne migliora la struttura. Perfette anche per preparare maionese.

STRUZZO 6

Il più grande in assoluto, pesa circa 1500 g di cui 200 di guscio. Può bastare per 8/10 persone; in genere si utilizza per preparare omelette, frittate e uova strapazzate.



IN DISPENSA



Quali sono gli ovoprodotti più utilizzati? E quali le garanzie qualitative per gli utilizzatori?

L'ovoprodotto più utilizzato nella ristorazione è il misto d'uovo ovvero l'uovo intero pastorizzato, perché viene impiegato nella maggior parte delle ricette di base come omelette, frittate, carbonara e desserts. Gli utilizzatori degli ovoprodotti hanno garanzie di un prodotto sicuro e "costante", sia in termini di ripetibilità delle ricette sia per quanto riguarda le caratteristiche nutrizionali.

Infine, come cambiano le modalità di lavorazione se si utilizzano uova fresche o ovoprodotti (ad esempio nella preparazione della pasta fresca o nei dessert)?

Le modalità di lavorazione con le uova fresche e con gli ovoprodotti sono sostanzialmente le medesime, vi è solo la necessità di bilanciare le ricette trasformando il numero di uova in grammi di prodotto.



Eurovo, sessant'anni di esperienza

Dalle uova sgusciate a mano a dieci milioni di galline. In sintesi è questo il percorso del Gruppo Eurovo, fondato da Rainieri Lionello che quasi sessant'anni fa a Codevigo (Pd) ha iniziato la sua attività di piccolo imprenditore acquistando le uova dai contadini.

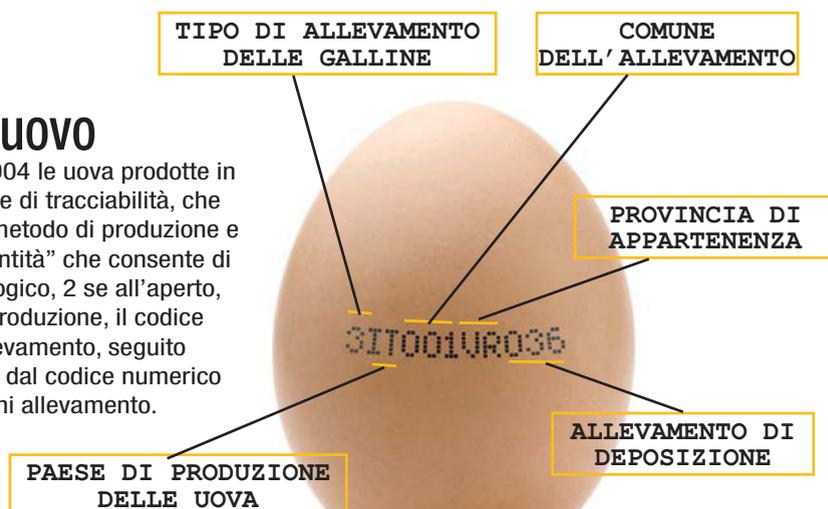
Poi, dopo averle sgusciate, rivendeva gli ovoprodotti congelati a pasticcerie e pastifici.

Un lavoro duro, che cambia completamente quando nel '65 entra in azienda la prima macchina sgusciatrice. Negli anni '70 viene inaugurato il primo stabilimento industriale a Santa Maria in Fabriago (Ra); negli anni '80 apre lo stabilimento di Occhiobello (Ro) e durante i '90 quello di Mordano (Bo).

Il Gruppo Eurovo, è leader in Italia ed Europa, ha visto entrare in azienda la seconda generazione della famiglia con i figli Ireneo e Siro e i nipoti Silvia, direttore servizi, e Federico, direttore commerciale e marketing del Gruppo

La carta d'identità dell'uovo

A garanzia della sicurezza alimentare dal 2004 le uova prodotte in Europa devono riportare sul guscio un codice di tracciabilità, che fornisce importanti informazioni relative al metodo di produzione e alla provenienza. Una specie di "carta di identità" che consente di identificare il tipo di allevamento (1 per biologico, 2 se all'aperto, 3 se a terra, 4 se in gabbia), la nazione di produzione, il codice numerico cui corrisponde il comune dell'allevamento, seguito dalla sigla della provincia di appartenenza e dal codice numerico assegnato dall'autorità sanitaria locale a ogni allevamento.



La ricetta degli chef Apci

Crema cotta nell'uovo con insalata di frutta e verdura, crudo di tonno



INGREDIENTI PER 4 PERSONE

Uova n. 4; Latte dl. 1; Parmigiano g. 30; Pinoli g. 50; Noce moscata; Mango g. 200; Fragole g. 100; Pompelmo n. 1; Asparagi verdi g. 200; Zucchine g. 200; Ravanelli g. 100; Sedano g. 100; Aceto di vino bianco dl. 2; Foglie di alloro n. 2; Pepe in grani; Filetto di tonno g. 400; Olio extravergine di oliva; Sale e Pepe; Cristalli di sale.



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:

Con l'apposito utensile tagliare la calotta superiore delle uova, e lavare i gusci con acqua calda e aceto, lasciare asciugare.

Battere le uova con la noce moscata, il latte, sale, pepe e grana padano.

Riempire i gusci con il composto, i pinoli tostati e cuocere in forno per 4 minuti, lasciare raffreddare, cospargere con lo zucchero e fare gratinare nel grill.

Tagliare le verdure a fettine e cuocerle in forno per circa tre minuti con aceto e alloro, raffreddarle e condirle con sale, pepe, olio e succo di pompelmo.

Disporre l'uovo sui piatti di portata, adagiarvi la frutta tagliata, la verdura, il tonno tagliato a fettine e condito con pepe, olio e cristalli di sale.

CUOCO AUTORE: : **DANILO ANGÈ - MILANO**

Baccalà e stoccafisso sono “figli” dello stesso pesce

Un po' di chiarezza sulle differenze e sulle caratteristiche di due specialità che, in realtà, sono il risultato di due processi di conservazione dello stesso pesce.

Che oggi godono di grande credito nella ristorazione

B DI MARIELLA BONI
accalà e stoccafisso: sotto sale il primo, essiccato il secondo, sono due metodi per conservare il merluzzo dalla tradizione antichissima. Sono prodotti che vantano infatti secoli di storia, quando ancora non c'erano altri metodi di conservazione del pescato. Basti dire che l'arrivo dello stoccafisso in Italia è attribuito al navigatore veneziano Pietro Querini che nel 1431 approdò nell'arcipelago delle isole Lofoten, al largo della costa norvegese, dove scoprì il pesce-bastone essiccato al vento dei mari del Nord, facilmente trasportabile, che portò con sé al ritorno nella Serenissima. Lo stoccafisso è essiccato al punto giusto generalmente dalla metà di giugno e il giusto grado d'essiccazione si basa su una valutazione effettuata da esperti selezionatori (i vraker), addetti alla classificazione in base alla lunghezza, alla grandezza, al peso e ad altre caratteristiche qualitative che solo una lunga pratica consente di conoscere a fondo. Venendo ai giorni nostri vale la pena di fare una precisazione. Si parla correttamente di baccalà e stoccafisso

quando sono ottenuti da merluzzo del tipo *Gadus macrocephalus* o *Gadus morhua*, anche se non sono certo le uniche varietà di merluzzo che nuotano nei mari.

Ogni regione predilige l'uno o l'altro, utilizzandoli in innumerevoli ricette. Famosissima è ad esempio la ricetta del baccalà alla vicentina, che nonostante il nome si prepara con lo stoccafisso battuto, bagnato e lungamente cotto senza mai essere rimescolato, come vuole la ricetta codificata dalla “Confraternita del Baccalà”.

PRONTI DA CUCINARE. Se un tempo il cuoco doveva affrontare il lungo lavaggio o un ammollo per molti giorni per poter utilizzare baccalà e stoccafisso, oggi le aziende specializzate propongono prodotti pronti all'uso, risparmiando allo chef tempo e fatica.

Ne parliamo con Alfrediano Dovesi di Ghezzi Alimentari (Fi), che puntualizza: «Il ristoratore ci richiede baccalà o stoccafisso già reidratati o dissalati, sia perché non hanno il tempo, sia perché queste operazioni richiedono ambienti attrezzati, di

cui ormai si occupano quasi sempre le aziende come la nostra. Si dissala il baccalà o reidrata lo stoccafisso, che poi può essere commercializzato surgelato a tranci, in cuori di filetti o a pezzo intero. Vorrei sottolineare che però sul mercato si trova anche molto merluzzo nordico che viene iniettato con una leggera salamoia (circa al 2%) e congelato; secondo la normativa è definito “merluzzo nordico leggermente salato”, comunemente chiamato “light salted”. Al di là della considerevole differenza di prezzo (il merluzzo nordico è nettamente meno costoso del baccalà, quasi la metà), questo prodotto ha una minore consistenza e una scagliatura molto differente rispetto al vero baccalà. È importante conoscere questa differenza





Il mito dello stoccafisso ragno

Spesso si sente parlare dello stoccafisso “ragno”, identificandolo come il prodotto della più alta qualità. Bisogna invece sapere che questo termine non identifica una particolare tipologia di pesce né indica una categoria superiore di prodotto. Il termine deriva dal marchio Ragnar, un produttore delle isole Lofoten che effettivamente produce stoccafisso

di qualità eccellente. Una volta importato in Italia, storpiare il nome di un marchio commerciale (di cui l'esclusivista italiano è la genovese Unifrigo Gadus, fin dal 1922) è stato facile. Da qui il mito dello stoccafisso “ragno”. Come specificano da Unifrigo, non esiste un consorzio che provveda alla marchiatura dello stoccafisso.

e suggerire un'attenta lettura delle etichette, per fare scelte ragionate. Detto questo, sulla lavorazione del baccalà sottolineo che la dissalatura è da noi effettuata a temperature tra 0 e 2°C: ciò permette di non avere fermentazioni che possono creare odori sgradevoli e difetti nel pesce. La lavorazione dello stoccafisso invece, che nella nostra zona vogliono non battuto (mentre ad esempio nel Veneto lo vogliono battuto, e quindi le fibre si spezzano e la reidratazione

diventa più breve, circa 3 giorni), richiede circa 14 giorni, grazie a un ammollo in acqua in vasca statica. «Praticamente tutto lo stoccafisso - aggiunge Veronica Quadrio di Unifrigo Gadus, azienda che da metà '800 importa baccalà e stoccafisso, con stabilimenti produttivi a Genova e Napoli - è ormai *Gadus morhua*, prodotto solamente nella zona della Norvegia. Naturalmente esistono molti altri tipi di merluzzo essiccati, ma non possono essere

definiti stoccafisso. Altrettanto specifica è la preparazione del baccalà, che richiede una precisa procedura di salagione che si differenzia dal “light salted”, un filetto di merluzzo (di differente varietà rispetto al *G. morhua* e *G. macrocephalus*) leggermente salato per infiltrazione e congelato. La nostra azienda si occupa di effettuare le operazioni di ammollo dello stoccafisso: ammollato alla genovese, in baffa; alla veneta battuto e ammollato; ammol-

PRIMO PIANO

DALLA DISPENSA QUALITALY



GAMMA COMPLETA

La Cooperativa Italiana Catering ha in portafoglio un'ampia gamma di prodotti di trasformazione del merluzzo. Così baccalà, stoccafisso e light salted sono presenti in gamma. Tutti con la caratteristica di essere dissalati, ammollati e successivamente surgelati per rispondere alle più ampie esigenze della moderna ristorazione.

lato e tagliato in tranci, come ce lo chiedono in Lombardia e Piemonte). Il baccalà viene invece dissalato e conservato in atmosfera modificata (mentre lo stoccafisso è conservato sotto vuoto). Si tratta quindi di tagli pronti per la cottura, con un tempo delimitato di conservazione».



ATTENTIALE DIFFERENZE. Dino Verso di Verso Brokers sottolinea: «Noi siamo intermediari tra i produttori del nord Europa e la distribuzione, quindi lo importiamo tal quale da Norvegia, Islanda ecc. Ma baccalà e stoccafisso sono in sostanza materie prime, che in genere non sono immesse tali e quali sul mercato, ma vengono lavorati, in modo che il cuoco non debba perdere il suo tempo in queste lunghe e delicate operazioni. Va evidenziato che ne

esistono di molte qualità: il merluzzo (delle due varietà già indicate, ndr) è pescato da metà gennaio fino a Pasqua, poi è messo a essiccare all'aria fino a giugno e in seguito selezionato in base alle qualità e alle pezzature; da fine luglio in poi comincia a essere distribuito. È un prodotto pregiato ma che si vende a "macchia di leopardo": ad esempio piace a Messina, si vende bene in Calabria, a Napoli e non a Salerno, così come è richiesto in Liguria e nel Veneto. Molto più diffuso il consumo di baccalà sotto sale, di cui la varietà più pregiata è quello che si ottiene dal merluzzo fresco (ma esiste anche quello del baccalà da merluzzo congelato). Naturalmente tutto questo è meticolosamente indicato in etichetta».

A sua volta Roberto Zanobi di Formasal, azienda associata Cic, spiega: «In azienda abbiamo sempre disponibile il baccalà secco Gaspé (merluzzo leggermente salato ed essiccato, una lavorazione tipica del Canada, ndr), i filetoni di baccalà in sale norvegesi e una tipologia in olio già pronto in vaschetta da 2 kg. Per quanto riguarda lo stoccafisso è un articolo che dalle nostre parti è caduto in disuso, anche se a volte è richiesto su ordinazione nel periodo natalizio. Si tratta di prodotti su cui non effettuiamo lavorazioni: è il ristoratore





Roberto Zanobi

Formasal Srl

S.S. Cassia Nord Km 86,00
01100 Viterbo (VT)
Tel. 0761/251349

Area servita: province di Viterbo, Roma, Terni, Perugia e Grosseto sud.

Dipendenti: 50 dipendenti e 16 agenti

Giro d'affari: oltre i 16.000.000

Gamma: l'azienda nasce dal settore formaggi e salumi e attraverso un costante percorso di specializzazione è in grado di fornire di tutto alla ristorazione, dalle attrezzature e arredi (compreso il disegno iniziale e l'assistenza con personale interno) a piatti, bicchieri, pentolame, prodotti freschi e conservati, per un totale di circa 15mila referenze.



Nella pagina a sinistra, una fase di preparazione del baccalà e, in basso, esemplari di stoccafisso. In questa pagina, filetti di merluzzo pronti per la salatura e un trancio di baccalà dissalato



(tranne per la tipologia in olio) che deve provvedere alla dissalazione e poi all'utilizzo in base propria ricetta. Oltre a queste referenze, abbiamo il merluzzo fresco da porzione e le varie tipologie di baccalà surgelato (filetti, tranci e pastellato). Oggi il consumo si è spostato dalle tradizionali tipologie secche a quelle surgelate, molto più semplici e rapide nell'utilizzo». Ma come può regolarsi il ristoratore per scegliere un buon prodotto? «Per quanto riguarda le tipologie secche - prosegue Zanobi - il Gaspé deve essere di ultima produzione (non vecchio) quindi con colore giallo chiaro non tendente allo scuro e soprattutto di buon spessore. Il filettone norvegese deve presentare

buon spessore e colore bianco. Per quanto riguarda le tipologie surgelate bisogna fare una distinzione tra baccalà, che è quello che viene prodotto tramite salatura tradizionale in acqua e sale dal fresco, e merluzzo che viene invece infiltrato con soluzioni saline. Nel merluzzo la qualità dipende da come è effettuata la lavorazione, se dal fresco e poi surgelato o con doppia congelazione. In quest'ultima tipologia il prodotto è mandato surgelato in Paesi dove costa meno la filettatura, qui viene scongelato, lavorato e ricongelato, dando vita ad un prodotto di qualità sicuramente inferiore». Corrado Riccio di Meridionale Catering Service, la cui azienda è attiva



Corrado Riccio

Meridionale Catering Service Srl

Via Vicinale Cupa San Severino,
3 - 80143 Napoli

Area servita: Napoli, Avellino, Caserta

Dipendenti: 18 + 8 venditori

Giro d'affari: circa 7 milioni di euro

Specializzazione: prodotti alimentari per ristorazione, paninoteche, pub, pizzerie

in Campania, ben conosce le particolari esigenze della sua clientela. E spiega: «In Campania le zone di maggiore cultura del baccalà (lo stoccafisso è poco richiesto) sono quelle del nolano e della zona interna vesuviana. In generale abbiamo notato un buon interesse verso questo prodotto, tanto che parecchi cuochi stanno introducendolo in carta, anche se sono situati in zone in cui non c'è una vera e propria tradizione di prodotto. Così dove è radicata la cultura del baccalà, i cuochi preferiscono lavorarlo da sé, a partire dalla dissalatura. I professionisti che invece lo stanno "scoprendo" ora preferiscono un prodotto di servizio, già rinvenuto da aziende specializzate e confezionato in atmosfera modificata. Oppure puntano al merluzzo "punta di sale" ovvero leggermente salato, tagliato in filettone e surgelato. Insomma, la ristorazione ha la possibilità di scegliere, anche se in linea di massima il più richiesto è proprio il baccalà dissalato».

La ricetta degli chef Apci

Baccalà candito

con la sua albumina al verdello emulsionata all'extravergine d'oliva, su passata di rapa rossa affumicata e guazzetto di cozze, vongole e cubettata di patata viola e gialla



INGREDIENTI

Baccalà g. 600 netto; Olio extravergine d'oliva; Aglio n. 1; Pepe bianco in grani q.b; Foglia alloro n. 2; Buccia di limone; Buccia d'arancia; Sogliola g. 70; Sedano g. 120; Capperi g. 20; Basilico g. 5; Rapa rossa g 200; Patate viola g 120 netto; Patate gialle g 120 netto; Cozze g 180; Vongole g. 180; Prezzemolo; Brodo vegetale; Sale; Pepe Bianco; Rosmarino; Timo; Verdello; Polvere di semi e fiori di finocchio selvatico. Per olio evo al rosmarino: Olio evo l. 1/2; Rosmarino g. 80. Condizionare in sottovuoto all'80% e lasciare cuocere in forno a vapore controllato per 30/40 minuti a 65/70 C°

PROCEDIMENTO

In un pentolino mettere 1 litro d'olio extravergine d'oliva e il filetto di sogliola precedentemente tagliato a cubetti, far cuocere il filetto non superando la temperatura di 75 C°, così facendo fuoriuscirà l'albumina del pesce. Con un cucchiaino recuperarla ed emulsionarla con olio evo e una grattugiata di verdello siracusano. Filtrare l'olio e aromatizzarlo con buccia d'arancia e limone verde, pepe in grani, foglia di alloro e aglio in camicia, portare l'olio ad una temperatura di 68 C°.

Per il guazzetto - Tagliare a cubetti le patate a pasta gialla e viola. In una padella rosolare le patate a cubetti, e il sedano in mirepoix, con uno spicchio d'aglio intero, il prezzemolo tritato, il peperoncino e un pizzico di sale; aggiungere il brodo vegetale, coprire e lasciar cuocere. Quasi a fine cottura, unire i capperi, fa aprire le cozze e le vongole nello stesso guazzetto. Una volta aperti i frutti di mare, sgusciarli. Intanto, cuocere le rape rosse, affumarle e fare una passata con aggiunta di patate per rendere il composto più soffice, aggiustare di sale e pepe e unire l'olio al rosmarino, tenere in caldo. Candire il baccalà, precedentemente preparato, nell'olio aromatizzato a 68C° per 7/10 minuti, finché non fuoriesce l'albumina e raggiunge allo stesso tempo il punto di cottura.

ASSIETTE DEL PIATTO:

Alla base del piatto porre la passata di rapa rossa, il guazzetto e una concassé di pomodoro. Sopra la passata, adagiare la cialda al vino bianco e infine il baccalà e nappare con la sua albumina.

CUOCO AUTORE: MAURIZIO URSO - SIRACUSA



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



NOLEGGIO VEICOLI REFRIGERATI



CONTACT ITALIA • To

Il noleggio secondo Vaccaro

S.V. srl - Via Garibaldi, 39 - 64028 Silvi (TE) - Tel: +39 011 9588365 - Email: info@svnoleggio.it - www.svnoleggio.it

IN DISPENSA



ACETO DI VINO ROSSO, DI VINO BIANCO E ACETO BALSAMICO DI MODENA IGP

Ampia è la gamma di aceti a marchio Quality e Tavola Viva, tutti ottenuti senza impiego di ingredienti geneticamente modificati o derivati da organismi geneticamente modificati.

Aceto di vino rosso acidità 6% dall'aspetto limpido, lucente, di colore rosso intenso e gusto armonico è ottenuto da vino italiano. È confezionato in bottiglie da litro in Pet o in Vetro per il marchio Tavola Viva.

Aceto di vino bianco acidità 6% di colore giallo paglierino ha aspetto limpido e gusto armonico. Ottenuto da vini italiani è anch'esso proposto in bottiglia da litro in Pet o in vetro a marchio Tavola Viva.

Aceto di vino rosso acidità 7,2% da vini selezionati è affinato in legno e ottenuto da vini italiani selezionati. Aspetto limpido, gusto armonico, pieno. A marchio Quality, è confezionato in bottiglia Ligustro bianca da 0,5 litri. Shelf Life 36 mesi.

Aceto di vino bianco acidità 7,2% da vini selezionati in bottiglia Ligustro bianca da 0,5 litri. Ottenuto da vini selezionati italiani è affinato in legno e si presenta giallo paglierino, con gusto armonico, pieno. Proposto anche in bustina monodose.

Aceto Balsamico di Modena IGP a marchio Tavola Viva ottenuto da aceto di vino, mosto d'uva concentrato, caramello. Di colore bruno scuro ha gusto agrodolce, equilibrato, gradevole caratteristico. In bottiglia Ligustro bianca da 0,5 litri. Anche in bustina monodose a marchio Quality.

business international magazine

Il Nuovo Portale per la tua Impresa

www.bimag.it

**Business International Magazine
Il portale per imprenditori e manager.**

- ✓ **Conquista i mercati esteri**
- ✓ **Incontra la tua community**



The Executive Network

www.businessinternational.it



Fiera Milano Official Partner

www.fieramilanomedia.it

Facciamoli ai ferri

Barbecue o griglia? Carbone o gas?

Attrezzature e tecniche per una grigliata perfetta

P DI ELENA CONSONNI
oche cose fanno allegria, anche al ristorante, come condividere una ricca grigliata: carne, pesce, verdure. Questo tipo di cottura è solo apparentemente semplice, in realtà c'è ancora tanto da imparare, a cominciare dalla terminologia. «Anzitutto – spiega Gianni Guizzardi titolare dell'azienda I Signori del Barbecue, un vero esperto in materia – bisogna chiarire la differenza tra barbecue e griglia. Il barbecue ha sempre un coperchio per la chiusura, mentre la griglia è aperta. Non sono sottigliezze linguistiche, perché le tecniche di cottura e le ricette sono diverse». Il barbecue essendo chiuso lavora più o meno come un forno e la cottura avviene sia per il contatto diretto con la griglia che per la circolazione di aria calda interna alla macchina. Per questo motivo si presta per preparare menù completi, compresi il pane e i dolci.

Il barbecue, però, non è un forno. «Anzitutto – spiega Guizzardi – si verifica il fenomeno dello sgocciolamento dei liquidi contenuti negli alimenti. Poi la ventilazione è naturale e avviene con aria nuova che entra dall'esterno e perciò è umidificata. Il tasso di umidità dipende dalle condizioni meteo esterne. Per questo motivo anche i tagli di carne a lunga cottura risultano teneri e i dolci soffici».

CARBONE, LEGNA o GAS? Guizzardi ammette di non essere completamente d'accordo con quanto sostengono alcuni chef. «Solo apparentemente – sostiene – il carbone e la legna danno

Da non dimenticare

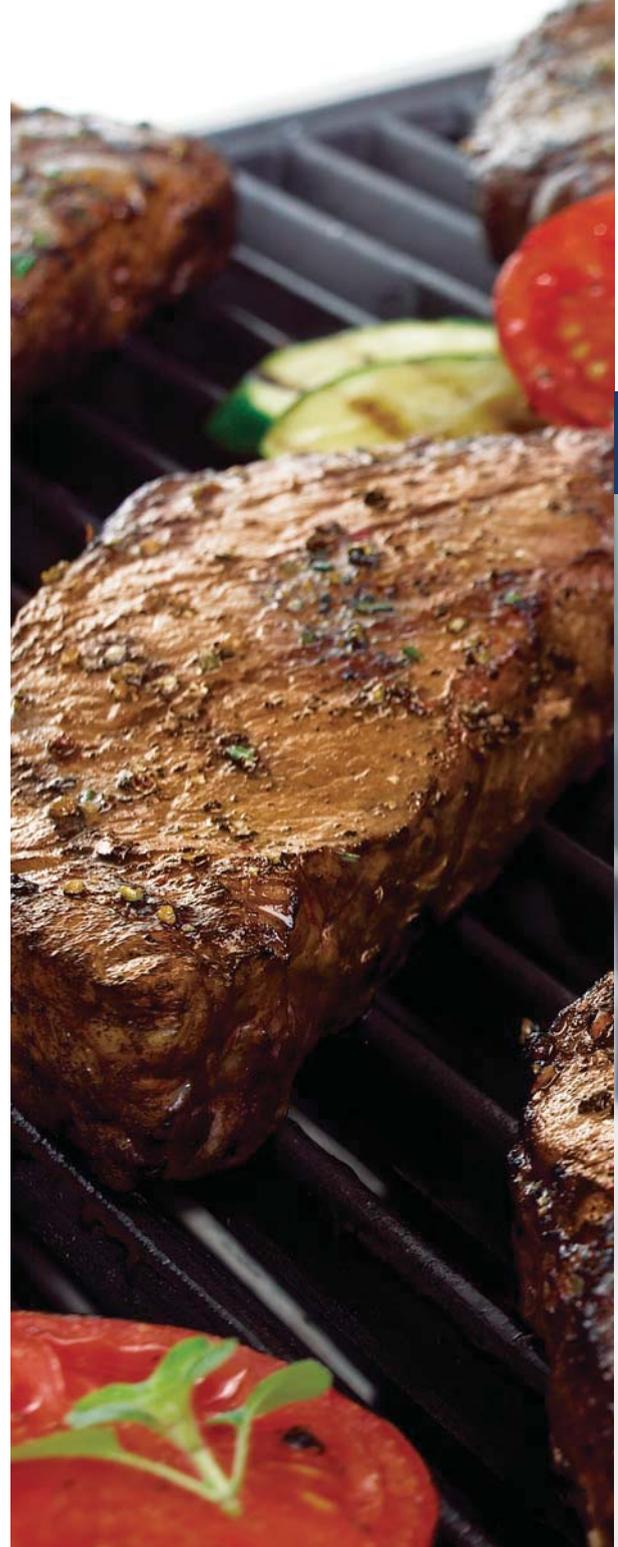
NELLA SCELTA DELLA MACCHINA DA INSTALLARE IN CUCINA, verificare sempre preventivamente quale tipologia di combustibile è ammessa dalla propria Asl

BARBECUE E GRIGLIA NON SONO LA STESSA COSA.

Il barbecue è chiuso da un coperchio, la griglia no. Le tecniche di cottura sono diverse

LA COTTURA AL BARBECUE

è molto versatile e si presta anche per i servizi di catering



più aroma. Il carbone non lo dà in assoluto, la legna ne darebbe forse un pochino di più, ma non se usata allo stato di brace. A conferire l'aroma tipico sono i liquidi che essudano dall'alimento e colano attraverso la griglia per finire sulla brace o sul piano di acciaio riscaldato. L'altra componente aromatica è data dalla rigratura, che deve essere marrone, mai nera. Si possono ottenere effetti più intensi utilizzando l'accessorio affumicatore».

Vanno poi fatte alcune considerazioni

Foto delle grigliate de I Signori del Barbecue



L'alleato del catering

Il barbecue può essere molto utile nei servizi di catering, perché è molto più semplice da trasportare rispetto ad altre attrezzature per la cottura. Grazie alla sua versatilità può essere usato per diverse preparazioni. Nel caso di cotture lunghe può essere preparato con anticipo, permettendo di organizzare meglio il lavoro. Infine la cottura al barbecue è leggera e molto gradita, sia per il gusto delle preparazioni che per il senso di convivialità che trasmette.

tecniche, importanti nell'uso professionale: il gas garantisce condizioni costanti di temperatura durante tutto il servizio, anche con molti coperti, mentre per avere la stessa continuità con la carbonella, la carica di carbone iniziale deve essere sufficiente, altrimenti si rischia l'interruzione della preparazione. Il gas è regolabile e se i fuochi sono più d'uno, in zone differenti si possono impostare temperature diverse, cosa impossibile con il carbone. L'alternativa è la griglia elettrica.

«Le griglie – precisa Guizzardi - possono essere definite tali se hanno un sistema che prevede lo sgocciolamento dei liquidi che i tessuti rilasciano in cottura».

La scelta del tipo di combustibile, però, può non essere tanto libera. Ci sono dei vincoli da rispettare. «Nelle cucine professionali – spiega Roberto Del Mistro, dell'azienda Santanna, società di fornitura per il canale horeca associata a CIC - si vedono raramente i barbecue a legna o carbonella. Questo perché non tutte le

Asl ne ammettono l'uso nelle cucine, anche se le regole non sono le stesse ovunque: vale la pena sempre informarsi con i propri referenti circa il combustibile ammesso».

IN ALTERNATIVA, LE GRIGLIE ELETTRICHE, i sistemi come la pietra lavica o alcuni dei prodotti innovativi presenti oggi sul mercato. «Ci sono – racconta - dei sistemi di cottura in cui la griglia è abbinata a una vaschetta di acqua che oltre a raccogliere i liquidi che percolano

IN CUCINA



La Griglia Elettrica Angelo Po ha un piano in acciaio inox AISI 304, spessore 20/10. La griglia di appoggio prodotto è in ghisa smaltata. Il riscaldamento avviene con 2 batterie di resistenze indipendenti ribaltabili. Il riempimento della vasca avviene tramite pulsante ed è possibile il collegamento diretto alla rete idrica.

dagli alimenti, permette di ottenere maggior morbidezza. Oppure dei forni a convezione, basati su un sistema tale da mimare alla perfezione i risultati che si possono ottenere con un barbecue tradizionale».

«La griglia professionale elettrica – spiega Giacomo Spampinato, marketing manager di Angelo Po – è una delle attrezzature che non possono mancare nella cucina di un ristorante che propone nel proprio menù carne e pesce, ma non solo! Verdure e frutta alla griglia sono pietanze ormai indispensabili e dal gusto inconfondibile. La griglia in ghisa garantisce una migliore trasmissione e tenuta della temperatura con conseguente riduzione dei consumi, una perfetta antiadrenza e una rigatura più reale per un perfetto effetto barbecue». Nella griglia elettrica Angelo Po le resistenze sono posizionate a contatto con la griglia di cottura in ghisa diminuendo i tempi di raggiungimento della temperatura ideale e i consumi e garantendo l'uniformità di cottura. La presenza di una vasca per l'acqua posizionata sotto la griglia garantisce un abbattimento dei fumi, per una migliore vivibilità della cucina, e la raccolta dei grassi, per una rapida pulizia. La leggera vaporizzazione



È a carbone il barbecue brevettato Broil King Keg® distribuito da i Signori del Barbecue.

Ha una struttura robusta, costituita da una doppia parete in acciaio che contiene all'interno una camera con un alto tasso di isolamento, che consente di mantenere a lungo il calore e lo rende ideale per cotture lente e a bassa temperatura.

dell'acqua, infine velocizza i tempi di cottura, lasciando così inalterata la sugosità della carne.

Simile, ma non perfettamente identico, Grillvapor, un sistema di cottura brevettato da Arris. «Questo apparecchio – spiega Claudio Barzon, chef consulente dell'azienda – può essere alimentato sia a corrente che a gas. Nonostante il meccanismo di trasmissione del calore sia diverso, non cambia il risultato in cottura. La scelta dipende dalla differenza dei costi di gestione e da eventuali limitazioni da parte delle Asl. L'apparecchio consente di regolare la temperatura da 160 a 420°C, assicurando le condizioni migliori per ogni tipologia di alimento».

Sotto la griglia di cottura è collocata una vasca con acqua, che aumenta l'umidità nell'area. «Non c'è vapore – precisa – perché si lavora intorno a 30-40°C, ma solo una leggera umidità che accelera i tempi di cottura e permette di ridurre il calo peso. La caduta dei grassi che si sciolgono in cottura in quest'acqua riduce la fumosità. La griglia è in acciaio, un materiale che è più facile pulire dai residui di carbonio rispetto alla ghisa, così l'alimento resta meno amaro. L'effetto finale è una cottura croccan-



Mauro Romor

Santanna S.r.l.

Sede operativa:

via Maniago, 27
33080 San Quirino (Pn)
tel. 0434 91122 - fax 0434 919393

area servita: Friuli Venezia Giulia, Veneto, Slovenia e Germania

addetti: 30 (tra dipendenti e collaboratori)

fatturato: circa 7.8 milioni di euro

te fuori per le elevate temperature, ma morbida dentro, per l'ambiente umido. I modelli più recenti prevedono anche un sistema automatizzato che richiama il quantitativo di acqua che serve a seconda della temperatura impostata sul display». Non c'è quindi che l'imbarazzo della scelta!



Il barbecue a gas BroilKing Imperial xl 690 Pro è prodotto in USA e distribuito da I Signori del Barbecue. Particolarmente indicato per l'uso professionale, è alimentato a gas e ha un sistema integrato di 4+2 bruciatori con zone di cottura separate. E' dotato di termometro a sonda per il controllo della temperatura dei forni



Luca Malacrida

IL PARERE DELLO CHEF

Barbecue con vista

C'è un barbecue acceso sui tetti di Roma: i frequentatori del ristorante della Residenza Paolo VI, una terrazza con vista sul colonnato di San Pietro, possono gustare le proposte di Luca Malacrida (nella foto a destra), chef che fa parte della nazionale italiana APCI.

Il ristorante - con una media di 20 coperti al giorno, 5 giorni su 7, aperto solo a cena - propone una cucina internazionale con impronta romana e regionale italiana, sia di carne che di pesce.

Protagonista della cucina di Luca Malacrida, è il barbecue, molto amato perché riesce ad esaltare il gusto naturale degli alimenti che vi vengono preparati: carne e pesce, ovvio, ma anche verdure e persino la frutta, proposta sia come dessert che a corredo di insalate. «Poiché il nostro barbecue è collocato all'esterno – racconta Malacrida – abbiamo abbastanza libertà con la scelta del combustibile. Io amo la brace perché trovo che regali un gusto diverso dal gas o dalle griglie elettriche. Chi deve installarlo in cucina, invece, in genere deve optare per queste ultime soluzioni. Certo anche all'esterno ci potrebbero essere problemi con i vicini, per i fumi. Ma per fortuna noi non ne abbiamo».

Per arricchire l'aroma degli alimenti cuginati, Luca Malacrida usa delle tavolette di legno ben imbevute di acqua in modo che non brucino: a contatto col calore della brace le tavolette rilasciano la loro umidità cedendo l'aroma all'alimento in cottura. «Come legni, a seconda della necessità – spiega – uso il cedro, o la quercia. L'acero è perfetto per il maiale, mentre il ciliegio per il vitello o il bisonde».



Bambini al ristorante. Trattiamoli bene

Non sottovalutiamo i piccoli ospiti, contribuiamo alla loro educazione al buon cibo. E soprattutto pensiamo che i veri clienti da fidelizzare sono loro

DI GREGORI NALON - WWW.GREGORICHEF.IT

I genitori lo sanno bene. Andare al ristorante con i bambini può essere un calvario. Ma anche i ristoratori li temono. Dietro quei visini innocenti si nascondono dei giudici severi e, spesso, hanno ragione. Un bambino assaggia, mangia, giudica e, se non è convinto, lascia nel piatto. I bambini, quindi, non vanno sottovalutati e bisogna fare attenzione nella preparazione di un menu per loro. Impresa difficile, ma non impossibile.

Il principio fondamentale è che non bisogna preparare piatti strani o particolari: spesso un piccolo cliente si accontenta di un piatto e difficilmente mangia un pasto completo. Devo però dire che in molte occasioni quando ho previsto un menu con alcuni piatti con porzioni ridottissime (pochissimo antipasto, un primo da 30g, poco secondo con un contorno che possa piacere - puré, verdure frullate in crema -, una piccola pallina di gelato e un gioco come premio finale) i

piccoli hanno apprezzato.

Partiamo dal presupposto che un bambino non potrà mai mangiare porzioni enormi, che si annoia di fronte a un piatto pieno, fa fatica a finirlo. Se invece mettiamo insieme delle piccole proposte il risultato è spesso soddisfacente. Lavoriamo più sulla qualità, usiamo sempre prodotti eccellenti.

UN BAMBINO MERITA RISPETTO. Un bambino, se mangia bene, si diverte, con forme e colori ha il suo giochetto, sarà colui che insisterà per andare a mangiare in quel ristorante piuttosto che nell'altro. E noi adulti? Siamo i primi ad assaggiare quello che un bambino mangia. La sua felicità è la nostra felicità e tranquillità. Se un bambino sta bene lascia tranquilli pure noi, se mangia male, si annoia subito e comincia la fine della nostra serata.

Non sottovalutate questi aspetti, sono importanti. Quando cucinate, chie-

tevi se dareste a vostro figlio quello che state preparando. Ricordo che in moltissimi casi i produttori di alimenti, gelati, dolci, cioccolati, ecc. quando fanno i test li fanno assaggiare ai bambini: se loro apprezzano il prodotto va messo in commercio, altrimenti viene scartato. E qui dobbiamo riflettere.

Un altro argomento interessante legato al cibo per i bambini è istruirli a comprendere che determinati colori in cucina non esistono, se non identificati e giustificati. Ad esempio il colore blu o azzurro di un gelato, difficilmente lo troviamo in commercio o in natura (a parte un'alga poco conosciuta), il rosa invece può essere di una fragola, a patto che il gusto ne rispecchi la realtà. Cerchiamo quindi, già da piccini, di fargli conoscere le etichette, gli additivi che vengono utilizzati, i conservanti, ecc. E per contro facciamogli apprezzare i buoni prodotti del nostro sistema agroalimentare, rendiamoli consapevoli di che cosa fa bene, e che cosa no. Ovviamente spesso si acquista cibo spazzatura, con l'alibi che è per i bambini. In realtà... un bambino mangia quello che noi acquistiamo e siamo noi i primi responsabili della sua educazione alimentare.

Nei ristoranti non dobbiamo avere paura di scrivere quello che utilizziamo nei menu, dobbiamo invece avere il coraggio di essere responsabili delle nostre azioni, garantendo un cibo salutare, digeribile, ben preparato, gustoso e semplice.



Con Bistro-Style fries, McCain firma piatti speciali



Le Bystro-Style fries sono il perfetto accompagnamento per burger e bistecche/filetti di carne e sono gustose anche servite da sole



Generose patate fritte, dorate e croccanti e dal taglio artigianale: sono le nuove Bystro-Style fries, che McCain propone alla ristorazione per offrire una vera e propria esperienza di autenticità e genuinità al consumatore. Le patatine Bystro-Style valoriz-

zano ogni tipo di piatto grazie all'aspetto rustico e accattivante, un ricco sapore di patata e una generosa consistenza. L'esterno croccante in perfetto contrasto con l'interno pieno e soffice, il taglio irregolare, e la dimensione maggiorata rendono la patatina Bystro-Style un prodotto

percepito dal cliente come premium, che arricchisce e dà maggiore valore a qualsiasi pietanza. Secondo la consolidata esperienza di McCain, sono molteplici i benefici per il ristoratore: la costanza qualitativa, l'assenza di scarti, la flessibilità in cucina grazie alla doppia tipologia di stoccaggio (18

mesi da surgelato, 3 giorni in frigorifero), la doppia modalità di cottura (da 4 a 5 minuti e mezzo da refrigerato o da surgelato). Soprattutto le patatine Bystro-Style sono un potente strumento di differenziazione dell'offerta e rappresentano l'alternativa ideale per fornire più scelta nel menu.

ABRUZZO



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



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

LAZIO



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

LOMBARDIA



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

CALABRIA



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

EMILIA ROMAGNA



RISTOGAMMA S.R.L.
L'ECCELLENZA PER LA RISTORAZIONE
42048 Rubiera (Re)
Tel. 0522 626464



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



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

CAMPANIA



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



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

LIGURIA



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



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



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

FRIULI VENEZIA GIULIA



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



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



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



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



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

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



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



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



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

TOSCANA



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



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



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

TRENTINO ALTO ADIGE



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



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

VENETO



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



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

AUSTRIA



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

SLOVENIA e CROAZIA



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

USA



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



SCOUT MARKETING, LLC - LORTON
TEL. 003019861470



Cooperativa Italiana Catering

Sede legale, amministrativa
e operativa:
Via Rivoltana, 35
20096 Pioltello (MI)

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

1 MAPPATURA

INDIVIDUARE

le modalità operative consolidate dell'azienda per capire dove possono annidarsi le criticità più importanti

2 STANDARDIZZARE

PER CIASCUNA ATTIVITÀ

vengono enucleate le fasi di esecuzione condivise con tutti gli operatori coinvolti

3 VALUTAZIONE

MIGLIORAMENTO CONTINUO

significa misurazione dei risultati che serve per valutare il lavoro di ciascuno



Rovesciare la piramide

Anche nell'organizzazione della sala si può lottare contro gli sprechi grazie al metodo Lean con il coinvolgimento delle persone e il miglioramento continuo. E i risultati arrivano



DI FABRIZIO GOMARASCA

Non siete soddisfatti dell'andamento della vostra sala? Siete sicuri di avere fatto il possibile per migliorare? Sapete esattamente quello che non funziona? Se le risposte sono negative, allora è meglio ricorrere a un muda safari.

Non è niente di esotico o avventuroso. È una persona, segnatamente un consulente, che consuma in incognito un pasto nel vostro ristorante identificando decine di forme di spreco: pietanze portate al tavolo sbagliato, tavoli non completamente apparecchiati, spreco di pane, ordinazioni evase in tempi diversi per persone sedute allo stesso tavolo, conto sbagliato, e via di seguito. Gli errori rilevati dal muda safari sono spesso sottovalutati, se presi singolarmente, ma se messi in fila diventano significativi e di entità non trascurabile.

Questo è ciò che hanno fatto i titolari del Gruppo Ethos (cinque ristoranti in Brianza e a Milano, v. box a pag. 46) quando si sono rivolti a Lenovys, una società di consulenza specializzata nel metodo Lean Thinking (letteralmente pensiero snello), che li ha aiutati a rivoltare tutta l'azienda. Il metodo Lean parte dall'identificazione degli sprechi per poi eliminarli e produrre di più con un minor consumo di risorse.

Dice Luciano Attolico, fondatore di Lenovys e autore di libri sul Lean Thinking: «Un'azienda 'Lean' ottiene risultati eccellenti attraverso processi operativi eccellenti; con un approccio sistematico, genera il massimo valore per il cliente ed elimina gli sprechi da tutti i processi. Il mio approccio vede una posizione altrettanto centrale agli aspetti socio-relazionali, che ritengo inseparabili da quelli tecnici; occorre inoltre ottenere il massimo valore con il minimo sforzo dalle proprie attività

personali e da quelle dei propri collaboratori, eliminando tutti gli sprechi».

LA LOTTA AGLI SPRECHI e il continuo miglioramento percorrono, normalmente, le strade della produzione, dove è sensato parlare di numeri, costi, sprechi. Ma il più grande margine di miglioramento si misurerà nel servizio, dove i parametri sono qualitativi e lo sforzo maggiore è quello formativo.

Ed è su questo fronte che il Gruppo Ethos ha lavorato di più.

L'adozione del percorso Lean al Gruppo Ethos permea tutta l'attività dell'azienda, tanto che i titolari, i fratelli Antonio e Giuseppe Scotti, quando hanno deciso di avviare questo percorso l'hanno fatto per "rendersi inutili". Un approccio decisamente in controtendenza rispetto alla media del settore, dove dallo chef patron all'imprenditore in genere il titolare sovrintende a tutti i processi. Ma è anche un approccio che, valorizzando e responsabilizzando i singoli, ottiene risultati economici significativi. «Se crescono le persone l'imprenditore perde potere. Ma - afferma Giuseppe Scotti - noi vogliamo perdere potere il più possibile. L'azienda deve avere vitalità anche senza di noi. Per questo la Lean va oltre l'azienda. È un percorso di ognuno di noi per poter migliorare. Sempre».

Dopo essere stato il primo e, per il momento l'unico, ristorante ad avere adottato un processo Lean sulle attività operative, da qualche tempo il Gruppo Ethos sta lavorando su quello che viene chiamato da Stefano Attolico il Lean Lifestyle, un modello organizzativo e gestionale che mira non solo al miglioramento dei processi dell'azienda, ma soprattutto al miglioramento delle prestazioni e del benessere delle persone che vi lavorano.

Alcune fasi delle sessioni di lavoro in team. A destra Francesco Spumace, maître executive del Gruppo Ethos



Gruppo Ethos: etica e passione nella ristorazione

Il Gruppo Ethos conta 205 collaboratori, suddivisi in 6 ristoranti: Tondo e Grani&Braci a Milano; Acqua e Farina ad Agrate Brianza, Risoamaro a Mariano Comense, Sanmauro a Casatenovo, dove recentemente si è aggiunto anche il pub-restaurant (con microbirrifico) Fabbrica Libera. Da un'attività ristorativa a conduzione familiare, caso tipico del settore ristorativo italiano, i fratelli Antonio e

Giuseppe Scotti hanno in 25 anni creato un gruppo di ristoranti all'avanguardia per il mercato italiano, che si richiama ai valori dell'etica e della passione.

La ricerca della qualità viene perseguita su tutti i livelli: da quello gestionale (l'azienda ha dato vita al primo "Lean restaurant" d'Italia) a quello della sostenibilità ambientale.

Prossimo passo, la gestione del nuovo Eatly di Roma.



La bacheca con i post-it per la mappatura dei processi aziendali

PROCESSI RIDONDANTI. Francesco Spumace è il maître executive del Gruppo Ethos e, in quanto tale, sovrintende all'organizzazione delle attività di sala dei locali del gruppo. «Quando abbiamo cominciato il percorso Lean - spiega Spumace - per prima cosa abbiamo mappato l'azienda, abbiamo individuato, cioè, tutti i processi consolidati per comprenderne il funzionamento. Dalla presa della comanda al controllo delle ricevute, ai processi di pagamento abbiamo cercato di capire dove i processi erano ridondanti e dove fosse necessario agire. E il nostro primo obiettivo è stato concentrarci su quelli che aveva-

no un maggiore impatto sul cliente». L'esempio è quello degli storni. Se un piatto viene rimandato indietro per un errore nella comanda o per un cambio di decisione del cliente, bisogna fare in modo che l'informazione arrivi anche alla cassa, perché se al momento del pagamento c'è un errore possono sorgere discussioni e alla peggio il cliente non torna più (e può far anche pubblicità negativa). «In precedenza i problemi si affrontavano al momento. Ora si risale alla loro radice». Come? Con metodo. Il metodo significa definire il problema, analizzandone le cause con il coinvolgimento di tutto lo staff.

Successivamente si identifica un team di lavoro che si concentra sulla soluzione del problema e propone le azioni correttive. Per esempio, spesso si scambiavano i bigliettini sui tavoli. La soluzione è stata quella di rinumerare tutti i tavoli per evitare confusioni. Per evitare code e controlli in cassa, poi, i camerieri richiamano l'attenzione del cliente alla lettura dell'estratto conto. Fino a oggi sono 50 i team di miglioramento lanciati dagli operatori, che hanno coinvolto più dell'80% del personale di sala. È quello che viene definito il rovesciamento della piramide: il titolare o il responsabile di sala non impongono delle decisioni, non risolvono i problemi. Lasciano che siano gli operatori, opportunamente formati e coinvolti, a individuarli e a risolverli.

SOLUZIONI STANDARD. «Quello che abbiamo fatto è cercare di standardizzare qualsiasi processo o momento dell'attività per quanto riguarda sia gli aspetti operativi sia quelli emotivi, attraverso la definizione di quelle che chiamiamo OPL (One Point Lesson), delle schede che sintetizzano visivamente le cose da



Senza sprechi, anche nelle soluzioni

Applicare il metodo Lean alla ristorazione ha un vantaggio rispetto ad altri tipi di interventi sulle organizzazioni. «Tutto dipende dagli obiettivi che l'impresa ristorativa si prefigge - afferma Simone Belli, Lean expert di Lenovys, il consulente che ha seguito il progetto del Gruppo Ethos - e può riguardare anche una parte specifica dell'attività. Si individuano cioè soluzioni diverse a problemi diversi. Abbiamo avuto il

caso di un ristorante che doveva risolvere il problema degli sprechi di prodotto e attraverso il metodo Lean abbiamo messo a punto un modo diverso di proporre il menu. Oppure per una mensa abbiamo definito un nuovo layout di cucina per una migliore gestione della coda. Quello che è certo è il ritorno in termini formativi e di maggiore interesse delle persone per quello che fanno».

fare in una determinata situazione. Questo sistema, in un settore ad elevato turnover come il nostro, consente anche di formare rapidamente il nuovo personale o quello avventizio ed, essendo standardizzato in tutti i ristoranti del Gruppo, permette lo scambio di personale da un locale all'altro», spiega il maître. Qualche esempio?

«Nel menu abbiamo molti piatti per celiaci. Ebbene la specifica scheda OPL spiega il significato della celiachia, definisce il processo che segue il piatto dalla cucina alla tavola e la necessità di lavare le mani prima di prendere il piatto con la ricetta gluten free per portarlo al tavolo. Sul piano emotivo invece si cerca di controllare gli aspetti che possono avere incidenze durante il servizio, come l'ansia da panico nel trovarsi di fronte inaspettatamente un gruppo numeroso o gestire i picchi di lavoro». Vi è un'ampia condivisione di tutte le informazioni attraverso un sistema pratico e immediato come WhatsApp, attraverso il quale si dà conto dei risultati ottenuti, pubblicando anche le classifiche ricavate dai giudizi dei clienti che compilano un apposito questionario.

IL METODO

Lavoro di team a 360 gradi

Il team ha una composizione eterogenea: vengono coinvolti runners (portapiatti), camerieri, lavapiatti, cuochi e aiuto cuochi, talvolta anche gli impiegati dell'ufficio.

Le riunioni con il consulente Lean si svolgono "in field" e gli operatori vengono assistiti nell'individuazione delle aree di criticità. Viene lanciato un team di miglioramento e compilata una scheda (A3 Report) che descrive in un solo foglio problema, obiettivo, situazione attuale e analisi delle cause, contromisure e piano di lavoro, follow up e standardizzazione. Queste alcune delle criticità analizzate: rottura bicchieri, smarrimento posate, gestione dei flussi il sabato sera, ricevimento merci, magazzino vini, conoscenza del menu, skill matrix operatori di sala, cordialità, pulizie, manutenzione cucina, formazione camerieri nuovi, test menu, storni.

Qualche risultato raggiunto: riduzione delle scorte vini del 70%, riduzione degli errori di consegna dei piatti del 90%, riduzione della rottura dei bicchieri dell'81%.

«In un processo di miglioramento continuo, la fase di controllo dei risultati e di valutazione del lavoro dei collaboratori è determinante. Avendo stabilito degli standard, è necessario verificare che tutti li rispettino, anche per una sana competizione tra gli operatori - commenta Spumace - e l'utilizzo di WhatsApp ci è sembrato il sistema più semplice

e più immediato in un tipo di lavoro come il nostro».

Naturalmente l'adozione del metodo Lean non è stata completamente indolore.

«Diversi responsabili, con anni di lavoro alle spalle, non hanno accettato la nuova impostazione. Ma questo non è un sistema che si basa sull'esperienza», conclude Spumace.

L'importanza dell'acqua

A partire da questo numero prende avvio la collaborazione di Alberto Fiorito, medico nutrizionista, che, di volta in volta, fornirà spunti e informazioni per migliorare il rapporto tra cibo e salute. Nella nostra epoca il cibo ha diverse valenze in funzione delle latitudini: in una parte del mondo la sua scarsità si coniuga con la fame di milioni di persone, nella parte ricca il suo eccesso pone questioni legate alla salute. Per questo, anche in occasione di Expo, vogliamo affrontare con il contributo di uno specialista un tema che per la ristorazione sta assumendo un'importanza crescente. Quello di fare stare bene a tavola i propri clienti. E anche dopo.

di Alberto Fiorito*

Il corpo umano è composto per il 70% circa di acqua, elemento fondamentale non soltanto per la vita animale, ma per la vita dell'intero pianeta. L'acqua è davvero particolare e affascinante. Nonostante la sua diffusione, non se ne conoscono ancora tutte le caratteristiche. Basti pensare al fatto che contrariamente a tutti gli altri elementi della Terra il raffreddamento ne provoca una dilatazione. All'interno del corpo umano troviamo l'acqua sia dentro che fuori le cellule; acqua è il sangue e acqua c'è nei sistemi di escrezione.

Dal punto di vista fisiologico il corpo perde acqua con la respirazione, la sudorazione, la digestione e con l'eliminazione di urina e feci. Si può calcolare che ogni giorno eliminiamo circa 4 litri di acqua. Naturalmente deve essere recuperata. La maggior parte proviene dagli alimenti, mentre una parte importante dev'essere ingerita direttamente come tale.

Per essere precisi possiamo dire che, escludendo l'attività sportiva o condizioni ambientali particolari, un organismo dovrebbe assumere quotidia-

namente 35 ml di acqua per ogni chilo di peso corporeo.

L'ACQUA CHE BEVIAMO. L'acqua da bere può essere suddivisa e classificata in due modi. Il primo prende in considerazione la quantità di sali minerali disciolti mentre il secondo, un po' meno tecnico, la descrive in base alla provenienza.

Parliamo di acque minimamente mineralizzate se il residuo fisso a 180° è inferiore a 50 mg per litro, di acque oligominerali se è compreso tra 50 e 500, mediamente mineralizzate tra 500 e 1500 e minerali se supera i 1500 mg per litro.

EFFETTI SULL'ORGANISMO.

La diversa composizione in sali minerali implica un diverso effetto sull'organismo. Si può affermare che minore è la quantità di sali presenti, maggiore è l'effetto drenante, mentre con la presenza di più sali si potrebbe avere un migliore effetto digestivo, dovuto al richiamo di acqua nel lume intestinale. Dal punto di vista più specificamente fisiologico occorre comprendere l'origine di questi sali minerali. Si sa che

tanto maggiore è il percorso che l'acqua fa all'interno delle montagne tanto maggiore è la quantità di sali presenti. Questi sali sono per la maggior parte inorganici disciolti, mentre per una parte minima sono organici, ovvero utilizzabili per le attività fisiologiche dalle cellule.

QUALE ACQUA E QUANDO

BERLA. Sulla base di queste considerazioni dobbiamo valutare l'acqua in funzione del momento in cui la utilizziamo e della ragione per cui la utilizziamo. Per ciò che riguarda la corretta idratazione del corpo, allo scopo di preservare le funzioni fisiologiche cellulari in maniera sana e ideale, sono certamente da suggerire le acque con residuo fisso il più basso possibile, dunque le minimamente mineralizzate, bevute lontano dai pasti. Per il consumo durante i pasti si può lasciare più spazio ad un proprio gusto e sensazione personale.

PUBBLICA, DEPURATA O IN BOTTIGLIA.

La seconda modalità di classificare le acque prende in considerazione sostanzialmente la provenienza

delle stesse. Parleremo dunque di acqua della distribuzione pubblica, acqua depurata e acqua imbottigliata.

Il consumo di acqua del rubinetto sarebbe ideale poiché accanto a un prezzo davvero contenuto, evita lo spreco di vetro e plastica e anche l'inquinamento che deriva dalla sua produzione e dal trasporto. Quest'acqua, però, presenta qualche problema. Qualche volta la sua composizione non è ideale. La quantità di sali minerali inorganici presenti può risultare eccessiva e insieme con questi si possono trovare metalli pesanti che derivano sia dalle falde acquifere che dalle condutture.

È vero che per essere considerata potabile un'acqua deve avere un quantitativo di questi





inquinanti inferiore a certi limiti, ma è anche vero, soprattutto pensando ai metalli pesanti, che si crea un effetto di accumulo nel tempo che difficilmente può essere considerato salutare per l'organismo.

L'altro problema che presenta l'acqua pubblica è quello della clorazione. Il cloro è indispensabile per depurare l'acqua dai batteri, ma non è proprio privo di effetti collaterali all'interno del corpo umano.

In tempi recenti molte città si sono attrezzate con distributori comunali che, accanto ad un costo limitato, offrono acque opportunamente filtrate che garantiscono certamente una migliore qualità.

I sistemi di demineralizzazione delle acque, utilizzabili nei ristoranti e locali, sono cer-

tamente molto efficaci nel depurare le acque dai metalli pesanti e dal cloro. Possono presentare l'inconveniente di un prodotto finale non particolarmente gradito dal consumatore.

Le acque in bottiglia presentano il problema del trasporto, dell'esposizione agli agenti atmosferici, in particolare luce e calore e dello smaltimento del vetro o della plastica. In quest'ultimo caso, poi, l'associazione tra esposizione al calore e conservazione per lunghi periodi è sospettata di poter rilasciare nelle acque alcune sostanze tossiche.

Sulla base di queste considerazioni potremmo stabilire dei comportamenti ideali da tenere in funzione delle occasioni. Per un consumo casalingo

sarebbe certamente utile mettere un filtro all'ingresso dell'acqua in casa per la depurazione generale, diffidando da prodotti a basso costo o di sistemi di depurazione estemporanei davvero poco utili. In alternativa, per quanto scomodo, potrebbe essere utile rifornirsi delle acque dei distributori comunali.

CONSIGLI PER LA RISTORAZIONE.

Nel caso della ristorazione la scelta deve necessariamente essere fatta tra l'acqua depurata e l'acqua in bottiglia. Il primo caso solitamente si rivela molto economico, ma spesso poco gradito dal consumatore, poiché l'acqua depurata ha un gusto standard, quasi del tutto privo di sapore, che difficilmente può piacere e che, di conseguenza, viene semplicemente accettato.

Per ciò che riguarda le acque imbottigliate si darà certamente preferenza al vetro e si potrebbe disporre di acque con diversi livelli di mineralizzazione.

ASCOLTARE IL CLIENTE.

Attualmente il consumatore è orientato in due direzioni distinte: il consumo per il piacere e il consumo per la salute. Nel primo caso sarà difficile poter accontentare tutti e dunque ci si potrebbe rivolgere prevalentemente ad acque riconoscibili in base alle preferenze locali o alle informazioni pubblicitarie. Nel secondo caso, invece, in considerazione della sempre maggiore attenzione del consumatore al collegamento tra cibo e salute, sarà bene disporre di almeno un'acqua minimamente mineralizzata.

QUANDO E COME BERE.

La maggior parte dell'acqua assunta quotidianamente,

allo scopo di ricambiare quella consumata nelle diverse attività e funzioni del nostro corpo, dovrebbe essere bevuta lontano dai pasti. In occasione dei pasti si potrebbe assumere soltanto un bicchiere d'acqua prima di iniziare a mangiare poiché, con una corretta idratazione quotidiana, non si dovrebbe essere particolarmente stimolati dalla sete. Bere una quantità eccessiva di acqua durante il pasto potrebbe velocizzare le fasi digestive e renderle, dunque, incomplete, così come potrebbe diluire eccessivamente i succhi gastrici e duodenali e ridurre l'efficienza.

GASSATA O NATURALE?

Tra gassata e naturale durante il pasto non c'è alcuna differenza: ci si può lasciar guidare esclusivamente dal proprio piacere personale. La migliore acqua idratante assunta lontano dai pasti è quella non gassata.

Non è da trascurare l'idea che si possa offrire, durante il pasto, acqua calda, lievemente aromatizzata con alcune gocce di limone o con estratti floreali.



***Alberto Fiorito, medico, nutrizionista, esperto in medicine non convenzionali. Si occupa prevalentemente di educazione alla**

nutrizione e prevenzione primaria. Autore di diversi libri nel settore l'ultimo dei quali, Mangia bene, cresci bene, edito da Gribaudo, cerca di coinvolgere i genitori in un processo di cambiamento dello stile di vita dei loro ragazzi. Può essere seguito sul sito www.governodellasalute.it

Il vino sul confine

La produzione di vino nel Collio affonda le sue radici in epoca preromanica. Oggi nella parte orientale del Friuli Venezia Giulia si producono grandi bianchi e rossi di corpo. Sempre sorprendenti

DI PIETRO CINTI

In questa parte d'Italia, siamo all'estremo Est del Friuli Venezia Giulia, i confini sono stati spostati più volte nell'arco degli ultimi 150 anni, di pari passo con le guerre che hanno insanguinato quest'angolo d'Europa. Oggi una pacificazione storica tra Italia e Slovenia vive anche di vino, prodotto su entrambi i lati del confine tra la provincia di Gorizia e il Paese ex jugoslavo, in una zona collinare a forte vocazione vitivinicola, per

esposizione, natura dei suoli, know how locale.

SUL VERSANTE ITALIANO il Collio, dal nome tradisce la sua orografia, con la coltivazione della vite introdotta già in epoca preromanica oggi conta su una produzione di alta qualità, di grandi bianchi realizzati da uve Pinot, Friulano (noto storicamente come Tocai), Sauvignon e del rinomato Collio Bianco che caratterizza la Doc.

Fra i rossi, invece, il Collio Rosso, i Cabernet, il Merlot. Tutti provenienti da aziende di dimensioni medio-piccole, molte a conduzione familiare, con un forte radicamento locale, che hanno saputo evolvere il prodotto pur nel rispetto della lunga tradizione e oggi si presentano sul mercato con vini piacevolmente sorprendenti, che fanno della freschezza e dell'attaccamento al territorio, nella sua accezione più positiva, un elemento di differenziazione importante.

I bianchi, con personalità, sanno adattarsi alla perfezione all'aperitivo, si sposano bene con il prosciutto crudo che in quest'angolo d'Italia non può che essere San Daniele, non disdegnano piatti di mare o carni bianche. Ma sanno correre anche da soli, in fuoripasto, usanza mantenuta della mescita al bicchiere, nel quale il Collio Bianco sprema tutto il suo bouquet fresco e fruttato, pur con note profonde.



LA CASTELLADA
RIBOLLA GIALLA 2009
www.lacastellada.it

Caratteristiche
 prodotto da uve 100% ribolla gialla,
Abbinamenti
 antipasti crudi di mare

AZ. AGR. TOROS
FRIULANO DOC COLLIO 2013
www.vinitoros.com

Caratteristiche
 prodotto da uve 100% friulano, ha colore
 giallo paglierino, con delicato profumo di
 mandorla e asciutto e invitante al palato
Abbinamenti
 antipasti di prosciutto crudo (San Daniele o
 Cormons), aperitivo



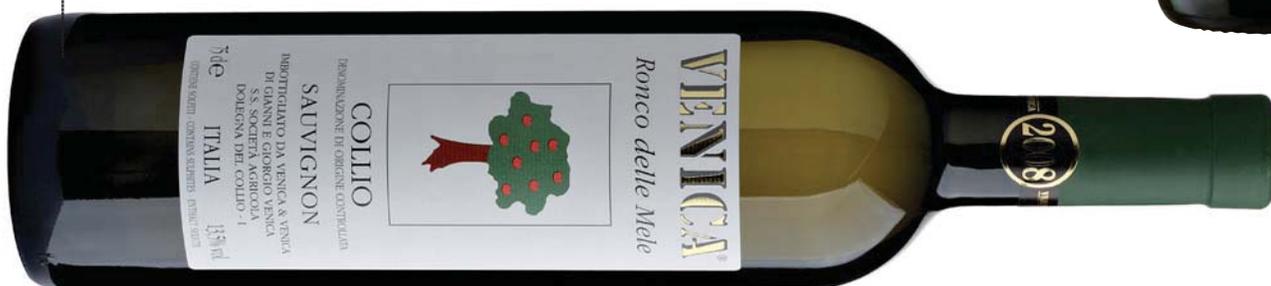
RUSSIZ SUPERIORE
COLLIO BIANCO COL DISORE
www.marcofelluga.it

Caratteristiche
 prodotto da uve 40% pinot bianco,
 35% tocai friulano, 15% sauvignon
 e 10% ribolla gialla, ha colore giallo
 paglierino con riflessi oro-verdi,
 profumo di fiori di acacia e di
 pompelmo; morbido ed avvolgente
 in bocca con finale lungo con note
 calde e ammandorate
Abbinamenti
 formaggi stagionati, carni bianche,
 zuppe di pesce, pesce al forno,
 crostacei



VENICA & VENICA
RONCO DELLE MELE
SAUVIGNON DOC COLLIO
www.venica.it

Caratteristiche
 prodotto da uve 100% sauvignon, ha
 profumo intenso ed elegante di fiori di
 sambuco, foglia di pesco e peperone; in
 bocca è pieno e grasso con finale vellutato
 e morbido.
Abbinamenti
 antipasti, prosciutto, creme e minestre
 delicate, crostacei e pesci salati



IN TAVOLA



DRIUS
FRIULANO COLLIO 2013
www.drius.it

Caratteristiche

da uve friulano collio, ha colore giallo paglierino con riflessi verdognoli. Al naso è ricco di sentori fruttati (mela, mandorla) il sapore è pieno e armonico con una buona mineralità

Abbinamenti

classico vino da aperitivo, si accompagna ad antipasti, piatti di pesce, zuppe, grigliate di carni bianche, prosciutto crudo, anche se affumicato

GRADIS'CIUTTA
COLLIO BIANCO
BRATINIS

www.gradisciutta.eu

Caratteristiche

colore giallo paglierino, con profumo netto, elegante ed intenso, con note di frutta come mela e pesca e sfumature di frutta esotica, ananas

Abbinamenti

vino da aperitivo, si accosta a piatti di pesce, ad antipasti e primi di vario genere. Interessante è l'accostamento con secondi piatti leggeri, specialmente le carni bianche



EDI KEBER
COLLIO 2013
www.edikeber.it

Caratteristiche

prodotto da uve tocai friulano, ribolla gialla e malvasia istriana

Abbinamenti

in aperitivo con prosciutti locali, su paste o risotti alle verdure o pesce e carni bianche e delicate



MARCO FELLUGA
COLLIO BIANCO MOLAMATTA
www.marcofelluga.it

Caratteristiche

da uve 40% pinot bianco 40% tocai friulano 20% ribolla gialla, ha colore giallo dorato

Abbinamenti

si accompagna a piatti di pesce e di uova, zuppe e minestre





Quality

MAGAZINE

AT PAGE 1

Against the waste, to be healthy at the table

by Mauro Guernieri

A common thread runs through this number of Quality Magazine: is that ideally connects with the opening of Expo. We can identify with the issue of health at the table, the different facets of food that make the world of catering a primary actor in conveying the culture of food, not just the food itself. It is for this reason that we asked a nutritionist to accompany us, issue after issue in the discovery of how to "feel good at the table", aware that in our society go to the restaurant is more than ever an experience that should satisfy the senses, but must not leave aftermath 'after', taking in this suggestions that some years are launched from the stage of Identità Golose

In the first floor in which we devote just Expo we have tried to focus our attention on the impact of this event on the world of hospitality understood in its broadest sense, where the food plays

a central role. We titled "The biggest restaurant in the world 'because, without wanting to diminish the value of the thematic content of Expo and reduce the event in a saga of the global food, we focused on the value that the administration plays in the site of the event, but also in cities, in Milan, where precisely the public exercises will be put to the test.

On the front of the pantry, we have identified two categories of products paradigmatic one of naturalness in its purest form - the eggs, even in the form of convenience products for professional use - and the more evocative of human action to store products nature: the cod in its variants baccalà (salted codfish) and stockfish. For equipment we focused on the barbecue that, in his professional versions, is a technique that assumes values also healthy and become ubiquitous in freshly prepared food, the only one that monitors food waste. And on the subject of waste we turned a spotlight on a system of organization of the hall that was inspired by the "lean thinking" developed by Toyota and that reduces waste in many different phases of the work.

We conclude, as always, with a rundown on wines, this time produced in one of the areas of excellence: the Collio.

AT PAGE 3

Events not to miss

by Italo Nebiolo, president of CIC

This year will be very important for the Cooperativa Italiana Catering. The shooting winds repeatedly announced now seem to have reinforced. We are not yet at the strongest wind that fills the sails, but it does not even seem to be a gust destined to fade. Continuing the navy metaphor, we should have left behind the calm, even though we are not yet out of the doldrums.

However, we have two important appointments that, for their direction, may constitute a trigger important for the growth of our industry and, therefore, of our companies.

Not by chance are two appointments that start together, in early May: Expo Milano and Tuttofood. The first is the global event for different reasons has channeled the interests of national and international media (and the judiciary). The second, which opens its doors in a few days away is the manifestation that deals with food for the retail-trade and that, in a few editions, has increased its authority and this year is presented with all the pavilions of Fiera Milano occupied.

In early May, Milan will be the world



capital of food and nutrition: in Expo because it will address the issues of food at the global level (Feeding the Planet, Energy for Life, is the claim of the event), because in Tuttofood on the front of the business we will be confronted with product innovations which, we believe, this year will be several interesting. We as Cooperativa Italiana Catering will be at Tuttofood where we can meet customers and suppliers, in a virtuous circle of exchange of information and relationships to make our work and our proposals to the catering business more effective and more in line with the changes the needs of consumers and professionals.

But it will not be our only commitment. Because in a global event dedicated to food could not stay away. So in June for a week we will also be present at Expo within the spaces of Confcooperative (which we are associated).

Why Expo? Because the event will be for the next six months, the global benchmark for discussions about food, because there you will trace the guidelines of the future paths of those involved in food and feed, because the occasion of Expo is too important to not to confront those in other countries is our job and draw useful to improve. Because, basically, imagine that from Expo will be a new way of treating the food and nutrition. And the restaurant after Expo will be different.

AT PAGE 8

News

CIC, a meeting full of news

The activity of Cooperativa Italiana Catering is always marked by the search for new solutions and new products for its members and their customers, products and solutions that on the one hand take into account the economic balance, on the other hand the quality of the product and its yield in the kitchen.

This is the case of the new products announced during the meeting that brought together members in late March, in the usual date reporting of the Cooperative.

Next to the presentation of a new supplier in the segment of tomato pulp and some suppliers of branded

products in the category of delicacies, there are two important news for frozen and for meat departments.

In the first case it is a squid brand, Il Gelo: squid already cleaned and packaged in the eastern bloc.

In the second case the new brand, La Carne, was coined. This is the first result of a project to broader concerns for the moment a line of burgers transformed from meat from cattle raised and slaughtered in Italy. Four sizes provided.

Appointment in Tuttofood and Expo

Cooperativa Italiana Catering will be 3 to 6 May in Tuttofood, guest at the booth Fiera Milano Media.

From the 21st to the 28th, within the spaces of the Confcooperative Cascina Trivulzia Cooperative Italian Catering will be present with other companies belonging to the confederation of cooperatives in the week dedicated to the distribution. An opportunity to meet and exchange heritage too important to increase the knowledge and relationships to continue to be major players in the hospitality industry

The members' visit: Formec Biffi

A delegation of associated Cic visited the production site Formec Biffi, a company specializing in the production of sauces and condiments (pesto and mayonnaise its blockbuster), but also sweets and coffee.

President Pietro Casella has shown the over fifty years of activity of the company that develops today 60% of its turnover in private label and, unique in Europe, has in this area a penetration rate of over 90%. Mayonnaise and ketchup are the masters in 5kg bucket sizes, Single Dose Sachets, Twister gr. 950 which follow the Pesto and a line of sauces in glass jar 1 Kg (cocktail, tartar, tuna and mayonnaise) products made by CIC.

Strengths Formec Biffi are product safety (including the quality control laboratory is the emblem), the versatility in the production and organization of the rolling stock very fast.

More than a thousand participants at the meeting Specia Food

Like every year Specia Food, socio Cic Baveno, invited its customers to a three-day "Fair Demo", an initiative that takes place in early spring, which also coincides with the start of the tourist season on Lake Maggiore.

About a thousand people from the restaurants and the hotels in the area (95% of the market references Specia Food is the restaurant) were able to taste the novelties presented, from brand products Qualitaly and Table Viva, in what was a functioning restaurant from 10 am to 9 pm. The thirty companies present fact, each with its own chef demonstrator or technician, took the opportunity to prepare recipes with products that presented.

"For us - says the owner of Specia Food Fiorenzo Santini - this year was the opportunity to present seventy non-food items which we have recently introduced in the product portfolio, from paper products to vacuum bags (a technique that is spreading more and more) to the pastry bag, just to name a few. In feeding instead we selected niche products to complete the range, to give our clients quality solutions that enable them to deal with a dining scene in great change."

AT PAGE 12

Specialist in mozzarella for professional use

Latticini Parma bases its activities on the know-how, specialization and rigorous quality control

Latticini Parma is a modern, efficient, full of history and expertise, a dairy that has made a careful choice of the raw material and in the selection of its suppliers the pillars of its know-how. The search for quality is in the DNA of this dairy company that processes the milk collected within the European Community, turning it into mozzarella intended for professional use with the channel-trade and pizzerias around the



world, even in countries where they are in force strict rules of traceability of raw material

The scrupulous quality controls with daily tests on raw and cooked product simulate the various steps of the operational phases of the oven pizzeria witnessing the efforts to ensure 365 days a consistent product, which facilitates the pizza maker in processing. The mozzarella for commercial pizza use is produced by Latticini Parma is in fact suitable for both wood ovens for electric furnaces, does not burn at high temperatures and ensures the same properties also at lower temperatures; does not release either serum or oil in cooking (ideal for a carton always clean when away).

On the pizza, then, is ensured a perfect spun, with a higher yield.

All these features have made performing Latticini Parma choose from the best players in the sector, including Funetta and Cooperative Italian Catering, for Quality and Tavola Viva's products.

A complete range

Mozzarella produced by Latticini Parma is a stringy cheese made from milk curd, through engagement with lactic acid bacteria. The fibrous pulp melts in the heat with the typical stringy mozzarella. There are four sizes and types in the range.

MOZZARELLA TAGLIO CUBETTINA.

Cut into cubes the size 7x7x7 mm, packed in trays of propylene from 3 kg in a protective atmosphere.

MOZZARELLA TAGLIATA A JULIENNE. Cut stripe size 4-5 cm length, width and thickness of 2 mm, packed in preformed tray 3 Kg in a protective atmosphere.

MOZZARELLA FILONE TERMOSALDATO, it is a heat sealed of size 26 cm long cylindrical strand with diam. 7,7- 9,5 cm (ca. 2 kg weight) packed in plastic film for food sealed, labeled according to law.

MOZZARELLA FILONE SOTTO VUOTO. Size 22 cm long cylindrical strand ca with diam. 7.5 cm (approx 1 kg weight) vacuum-packed in plastic film for food labeled in accordance with law.

AT PAGE 14

Regional and global

The link with tradition and the territory is the strength of a company that meets the needs of a changing food

Tradition in step with the times: this is the distinctive feature of Morelli Catering Service, a company founded in 1980 but which has a long family history in food trade wholesale. Since 1880, when Giuseppe Morelli - grandfather

of the same name and owner - founded the first company of the family, the company has come a long way, adapting to the new demands of the territory in which it operates, mainly in the provinces of Trento and Bolzano but with some extension to the neighboring areas, such as the Austrian Tyrol and Vorarlberg.

Today, following the commercial and public catering hotels, pizzerias, restaurants, nursing homes, hospitals and school canteens. Morelli Catering Service is a founding member of CIC, Cooperative Italian Catering.

Among the most recent evidence of the ability to keep up with the times is the opening, in October 2003 of a new high-tech logistics center: 3600 square meters covered (5600 cubic meters refrigerated area with cells for storage of fresh and frozen products) on an area of 10 thousand square meters.

Even more recent is the inauguration of a cash and carry, where customers can go personally to buy fresh produce, meat, fruit and vegetables, frozen products, but also cookware, glassware, chinaware, cleansing products, all specific for the restaurant. The most evolved (from a technological point of view) can also opt for online purchases through the website www.casamorelli.it. But to be in step with the times means even more. "Even in our region - explains Lorenzo Morelli, son of Joseph and member of the board of directors of



CIC - the food is increasingly globalized. That's why our site speaks several languages, besides Italian: German and English, but also Spanish, Arabic and Chinese. Even our assortment is becoming more international. "

All the lessons of local cuisine

All customers who want to keep their kitchen updated with the latest trends, Morelli Catering Service provides Cucina Morelli, a center of experimental cuisine.

Here, in collaboration with suppliers, some chefs promoter will make available to groups of 8-10 colleagues to give them new ideas to enrich their menus. The focus of these lessons is the enhancement of local agricultural products, declined in new combinations and compositions. What confirms the close link with the territory the new recipes are created by the School of Hospitality Levico (Tn).

MORELLI CATERING SERVICE
Via Stazione, 24
Novaledo (TN) 38050
Tel. 0461 721370 - Fax 0461 720051
info@morellicatering.com
www.morellicatering.com
Served Area: Trentino Alto Adige, Tyrol, Vorarlberg, Austria
Turnover: € 7.700.00
Employees: 30 employees and agents

AT PAGE 16

Meat precisely made for customer

As a butcher, operators Salsocarni prepare each piece literally tailored to meet every need of hotels and restaurants

It is the passion of the flesh brothers Marco, Andrea and Carolina Toscani, who co Salsocarni historical company of Salsomaggiore (Pr), four generations of family ownership. As the name easily guess the company specializes in the trade of the protein source par excellence. It does not just sell it, but works half-carcasses.

The Tuscans like to call "tailoring" the way they treat this food, as opposed to that of many other companies in the sector, which is more industrial. "The local meat processing - explains

Carolina Toscani - EEC is authorized and has the stamp for export. Although we do not export, these certificates provide care for the quality, hygiene and safety. For us, every customer is unique and each cut: disossiamo, cut, porzioniamo, tie ... each piece according to the specific requirements of each restaurant or hotel, even in small quantities. There is no standard. That's why we call ourselves tailors. We transferred to the world of work outside the home wisdom in this product, typical of traditional butchers. "

The strong point of the company is beef, also from the finest areas of Europe for breeding, such as Ireland and Scotland. Also interesting is the offer of pork, sheep and poultry. All meat processed by Salsocarni come from farms where the garments are subjected to the process of finishing in the barn, which provides - after grazing - a period of diet based on 'cereals and corn, which make the meat soft and more flavorful. But Salsocarni not just meat: to offer a more complete service to the catering professionals, offers its customers a complete range of products, with the introduction of more and new references from specialty food fish to frozen vegetables, accompanied by a rapid service within 24 hours. This is also the result of the decision to enter into cooperative Italian Catering.

From an Expo to another

Twists and turns of the story. In the year of the Expo is more than ever to remember that more than a century ago Riccardo Toscani, great-grandfather of the current owners of Salsocarni for the goodness of its meat won the gold medal for the International Labour Office, Agriculture, Industry, Power , Hygiene, which was held in Milan in 1914.

Two interesting observations: the first is that after 100 years back in an exhibition in Milan an important issue as the power supply; the second is that the heirs remain loyal to the family tradition, continuing to work and sell the meat with the same care and passion of their ancestors.

SALSOCARNI
Via Parma, 80, 43039 Salsomaggiore Terme PR
Phone: 0524 571451
salsocarni@gmail.com
Area served: Parma, Piacenza, Cremona
21 employees, agents 7



AT PAGE 18

Expo, the largest restaurant in the world

Sustainability and innovation between the expectations of the visitors. That gravitates on the entire metropolitan area and beyond. An opportunity for all, that should be considered, but in the interests of the service to a different customer

By ANNA MUZIO

It is going to be a huge event, a giant playground, a huge container of ideas, events, and suggestions. At the center of it all we'll have the food. But what is really Milan Expo, which will open on May 1 for six months and expects 20 million visitors? And above all, how it will be organized the catering and what are the opportunities for the industry? We asked the research company that has been working for years on Milan Expo, the company that will provide a meal out of four at the site of exposure and a restaurateur who operates "outside", in the city. Here's what we discovered. "At the center of it all is the food as the evolution of taste and knowledge, with a large projection towards the future,



but also sustainability, welfare, future lifestyles and social - explains Giuseppe Minoia honorary president GfK Eurisko, market research official sponsor EXPO -. All eyes are on food in particular, which is the focus of the expectations and wishes of visitors, not only as an opportunity to try foods out of the original newspaper and also a way to understand how it will evolve tomorrow: this is the first step in expectations. Inside and outside the site, it is expected that the restaurants of all types, from traditional to fast food, the pizza place to work at proposing something new. And they are all involved, there is room for all budgets and all targets."

SMART VISITORS. Who will visit EXPO? "The 40% of Italians are young and dynamic, will want to see things never seen and never tried to taste and experience foods from around the world. Then there are their parents: educated, wealthy and from urban areas, have a passion for food. There will, however, even those who see Expo as a large amusement park to go for a different day than usual," says Stefano Pironi, Research Manager GfK Eurisko. "From abroad is the traveler who has Italy as a destination and be conveyed on the site and what is especially for the exhibition and then travels, typically on

two axes, the Turin-Milan-Venice and Milan-Florence-Rome, stopping in Italy 8/9 days."

Are expected one million Chinese and nearly as many Americans, and many come from Germany and Switzerland. Twenty million of which around 12-14 million will be Italians, 3.4 / 4.5 million Europeans and 2.6 / 3.5 million from the rest of the world. But even the 60/65% of the Milanese (equal to 650/750 thousand people) is planning to visit, and 80% plan to take advantage of the events organized in the metropolitan area. An army ready to taste foods from around the world, living an educational experience, have a look on the world of the future and travel across five continents staying in one place.

CATERING IN THE SITE. There will be about 130 "places the catering" at the site of Expo Milano 2015. Each pavilion of the countries will have one or more restaurants inside. The areas dedicated a pavilion between each other instead were entrusted to CIR food, which will cover about 25% of the meals inside. "They are 17 rooms in seven buildings in large timber located along the Decumano, the main street that joins symbolically the place of consumption of food, the city, to the production, the campaign - explains Daniela Fabbi

Communication and Marketing -. In addition there are three dining options (bar, restaurant and picnic area) within Cascina Triulza, the pavilion of civil society. In total over 4,000 sessions in four new formats, each with its own characterization: 4 restaurants free flow ("Tracks"), 8 quick service restaurant ("Comings" and "Let's toast"), 4 cafeteria snack ("Chiccostosto"), a restaurant with table service from Aromatic brand in collaboration with CHIC, Charming Italian Chef. All rooms will be open from 10 to 23 and will renew the culinary offerings throughout the day to cover all the time slots. "What criteria do you follow to outline the menu? "Being Italian, seasonality, glocalism, neo-traditionalism, health consciousness, ethics and environmental sustainability. The dishes are simple to be easily understood by all."

Do not miss the multi-channel customer focus and hyper, with stations tablet for navigation and for charging stations in safety devices in all the rooms. It will be possible mode of contactless payment while as throughout Expo will be the free Wi-Fi.

Pay attention to the pricing policy: "A full meal at the restaurant Traces will cost € 12-14, even less if you choose compositions reduced. The average of the average receipt of these formats will

be around 7-8 euro - continues Fabbi -. Rooms are designed for customers with needs of a fast catering service, offer a dining experience of a good standard in a relaxed setting, with a proposal for a broad and renewed frequently, following the seasonal, able to satisfy even the gourmet. All dishes are made with fresh ingredients and cooked at the time, also to avoid wastage. We try to combine sustainability and accessibility, or quality at low cost thanks to research and innovation. We will try to translate this commitment through workshops on the premises of Expo on the theme: Living the food, solid roots to nourish the future."

CIR food will involve about 500 people at the Expo project, including 400 new hires, 80% already in training.

The other major player in the site is Eataly, present with a pavilion of 20 restaurants, each dedicated to a different Italian region. Peck will address the high-end restaurant in the Italian Pavilion. While, in the controversy, McDonalds will have a pavilion designed to illustrate "the agricultural sectors of the Italian partner global brand."

MILAN AND SURROUNDING. According to Gfk 60% of Italian visitors will pass at least one night away from home and it is clear that Milan can not absorb them all, then you will create a network between the cities of northern Italy, which will address the hospitality and catering evening of great art Expo tourists. Four out of ten Italians over the site visit the city. For foreigners, Milan is already an attractive destination in itself, which has the values of art, elegance, good living and good food that Italians do not always confer on it. Says Alfredo Zini, member of the National Pipe and owner of restaurant Al Tronco in Milan: "In the city catering offer is widening, there are many entrepreneurs who are aiming investing in large facilities to meet the needs of Chinese tourists, Indians, Arabs coming. Increase the facilities that offer cooking vegan, kosher, halal, even temporary restaurant, very large structures that will open for the six months of exposure to meet specific needs, diet or religious convictions. For us restaurateurs is an opportunity too important not to enhance our products and flavors: Expo makes sense if it becomes a fly, a starting point for the resumption. Avoiding the old custom Italic plucking the stranger so that then does not come back more", but putting in a perspective of service and hospitality.

In this sense goes the Pact for Expo bars and restaurants in Milan sponsored by the city of Milan and the Chamber of Commerce (see box). Do not miss the starchy lined with restaurants furniture new or brand new, in-the-range version or "gourmet low cost", by Berton Cracco with his sawmill.

ITALIAN CUISINE REVISITED. How we answer the needs of these new customers? "One interpretation may be to propose the recipes of the Italian tradition (the demand and expect it so many foreigners coming), using local products, typical, but - says Zini - with an eye to the needs of all. For example, those who do not eat pork for religious reasons must have valid alternatives for the starter. But even those who are subject to intolerance to lactose or gluten. The hardest thing is, however, communicate to the consumer in his own language through the menu, indicating the composition of the recipes and the presence of any problematic foods. A sore point is precisely the shortage of employees who speak foreign languages. Then there is the issue of communication: there are lists of restaurants in the region but to stand out you need to communicate via the web first, its specificity, its own history, emphasize that it is equipped to accommodate such children or dogs. Give short information as possible in the main languages which are English, Russian and Chinese. The presence of free wi-fi, essential for foreigners, must be reported since the showcase. You may also decide to invest in some countries in particular, such as China. But it is a job that must be built over time."

One thing is certain; said the president of the chamber of commerce Milan Sangalli "the image that will leave visitors is our best investment in the future of Milan and the country." The expectations are there, and they are many: innovation, sustainability, creativity, and life. If even the operators of hospitality will not accept them, a great opportunity may turn into a painful boomerang effect.

The risk of a two-speed Milan The proposal of the dining exhibition is gargantuan, and (for the first time in an Expo) lasts until evening. Given the presence of on-site events (Cirque du Soleil for example every evening from May to late August), low-cost transport (metro) and access to euro 5



after 19, many visitors (and Milan) could decide dine at the site of Expo. The city runs the risk instead of having two or three speeds: the center of Piazza Duomo, Brera, Garibaldi and Navigli crowded and full of events and places of attraction (to name a few Eataly Emerald, the Market of the Cathedral of Autogrill, the customs house west of Porta Venezia showcase the cultural trail and tasting the excellence of food products and herbal Confcommercio).

The suburbs instead threatened with abandonment. But something is already planned: the music festival organized in the area of 12 thousand square meters of the General Markets for example, that will combine music and street food with excellent products markets in Milan. But they are already 17 thousand events recorded in the urban Milanese, found at www.fuoriexpomilano.it and organized by over 2,000 local businesses.



The Pact for Expo

The commitments of the pact between the City EXPO Milano, Milan Chamber of Commerce, bars and restaurants in Milan:

- Ensure a children's menu and a tourist menu Expo;
- Facilitate access to sanitation (to non-consumers);
- Accompany the service automatically at the table with a glass / jug of water "the Mayor";
- Prepare menus, maps and lists in multiple languages;
- "Moral suasion" on the prices of some widely-used consumer products (eg. 1/2 bottle of water and a cup of coffee at the counter);
- Specific attention in the sale and service of alcoholic beverages (Eg. Special attention to the prohibitions for minors and persons under the influence);

- Basic language training in English;
- Promoting local produce excellence Lombard.

NUMBERS

Expo at a glance
 145 participating countries, representatives of 94% of the world population of 7 billion people.
 1.1 million square meters of total surface area which will host the event
 53 pavilions (11 more than the record of Shanghai 2010).
 9 cluster rice, cocoa, coffee, fruits and vegetables, spices, cereals and tubers, bio Mediterranean, islands, sea, food, dry areas.
 5 areas: Pavilion Zero, Future Food District, Children Park, Biodiversity Park and area Arts & Food.
 3 international organizations
 Participants: UN, EU and CERN.

Catering on Expo

Sharing meals Expo site: Breakfast 6%, 65% lunch, snacks in the afternoon 17%, dinner 12%
 140 catering units on the site, for a total of 60 thousand square meters 40% managed by Spa Expo 2015, 60% of partners and participating countries.
 26 million meals: 13 million in the 55 peak days (weekends and holidays) and 13 million in the remaining 129 days
 46 000 tons of food consumed: 33 000 tons of drinks and 13 thousand tons of solid food.
 11 (to date) the chefs ambassador Expo: Ugo Alciati, Enrico Bartolini, Cesare Battisti, Andrea Berton, Moreno Cedroni, Carlo Cracco, Ernst Knam, Pietro Leemann, Gualtiero Marchesi, and Davide Oldani, Joe Bastianich.
 The 7877 "exercises of administration" in the City of Milan

THE WORD TO THE AMBASSADOR CHEF

Here are some of Chef Ambassador of Expo and what they said about the Universal Exhibition in Milan Gualtiero Marchesi: "With Expo we have a time when we can really show what we can do."

Cristina Bowermann: "I'd like that Expo focuses its attention on the dangers of pollution, also of what happens in the process of production of food in restaurants."

Cesare Battisti: "I hope that all the work done by Expo may determine, in collaboration with FAO, access to food for many more people than it is now."

Ugo Alciati: "With production sustainable, targeted, reducing waste, I also work on what is the environment, sustainability and production."

Entrico Bartolini: "I think that the environment is the most important issue and through agriculture, and scientists - who are the peasants, my favorite - we can get great ingredients."

Moreno Cedroni: "Expo into an adjective: greedy, but not a greedy of good things, greedy relative to the regeneration of waste."

Carlo Cracco: "This Expo offers a lot of opportunities because we are among the leading countries with a heritage linked to food, products, processing, to taste."

AT PAGE 24

Eggs and egg products, allies of chefs

Fresh eggs can never fail in the professional kitchen. However they have to be treated very carefully. For this a hand to the chef comes from egg products

By Mariella Boni

Versatile as you can imagine, the egg is the right fit for gastronomic: cooked or raw, sweet or savory, as an ingredient or star of several recipes, is inevitable in international breakfasts or brunches that much also like metropolitan Italians. Even nutritionists have revised their dietary advice: if until some time ago suggested to eat only a few eggs a week because of the cholesterol content (the yolk contains about 200 mg), is now recommended consumption up 4 eggs per week, as a source of important



nutrients (vitamins A and B), minerals (especially calcium and iron) and to the high content of protein (7 g per egg). In the restaurant it is widely used, but if no one fresh egg chef does without, just as practical and in many cases are indispensable egg products, or products derived from the processing of eggs. We spoke with Federico Lionello, Director of Sales and Marketing of Eurovo, group leader egg products in Italy and Europe.

First, he provides some information on the consumption of eggs: stable, declining or growing? Overall egg consumption is good. In restaurants, in particular, we record an annual increase progressively using the product fresh pasteurized in brik. Good performances we are getting the above with the organic product.

If the choice falls on egg products, what are the benefits in terms healthful both in practical terms that the professional can get?

The product is pasteurized, and then there is a total absence of salmonella. Pasteurization, reducing bacterial counts, makes the ova safer product in terms of microbiological ensuring greater health and hygiene safety, even on finished products.

The use of egg products also allows standardizing recipes, ensuring professional consistent and repeatable results in relation to customer requests.

Less waste of time and ease of use are two fundamental characteristics of egg products that facilitate further catering professionals.

What are the most used ova products? And what are the guarantees of quality for users?

The egg product most used in catering is the mixed egg or egg pasteurized whole, because it is used in most basic recipes like omelettes, frittatas, carbonara and dessert. Users of egg products have guarantees of a safe and "constant", both in terms of repeatability of the recipes as regards both the nutritional characteristics.

Finally, does the mode change processing when using fresh eggs or egg products (for example in the preparation of fresh pasta or dessert)?

The methods of working with fresh eggs and egg products are essentially the same, there is only the need to balance the recipes transforming the number of eggs in grams.

Eurovo, sixty years of experience
Shelled eggs by hand to ten million hens. In summary this is the path of Eurovo Group, founded by Rainier Lionello that nearly sixty years ago in Codevigo (PD) started its activities in small business by purchasing eggs from the farmers. Then, after being shelled, resold frozen egg products to bakeries and pasta makers.



60 g, but can go up to 80, depending on the categories of membership (S, M, L, XL). It is suitable for any use of the kitchen. Those nuts white, in Italy less widely abroad are used almost exclusively in the manufacture of the morning (boiled, scrambled, fried) because they recognize more easily the freshness: if they are old form grayish spots.

Quail

Tiny and covered with brownish stains, the quail egg is generally serves a fried, boiled or poached, to enhance its small size. Perfect for appetizers and tapas.

Partridge

The gray shell with dimples can recognize it too modest in size. Refined product and high gastronomy, it takes a few per serving. Usually prepare boiled or poached.

Guinea fowl

It's an egg a little larger than that of the

typically is used to prepare omelets, omelets and scrambled eggs.

The identity card of the egg

To guarantee food security since 2004 eggs produced in Europe must bear on the shell code traceability, which provides important information concerning the method of production and origin. A sort of "identity card" that allows you to identify the type of farming (1 for biological, 2 if outdoors, whether on the ground 3, 4 if in a cage), the nation's production, the numeric code which corresponds to the common livestock, followed by the initials of the province of belonging and the numerical code assigned from local health authority in each breeding.

AT PAGE 27

Cooked egg cream with salad with fruits and vegetables, raw tuna

Cook Author: Danilo Angè - Milan

Ingredients for 4 people:

No eggs. 4; D1 milk. 1; Parmesan g. 30; G pine nuts. 50; Nutmeg; Mango g. 200; Strawberries g. 100;

No grapefruit. 1; G green asparagus. 200; G zucchini. 200; Radishes g. 100; G celery. 100; White wine vinegar dl. 2; Bay leaves n. 2; Peppercorns; Tuna fillet g. 400; Extra virgin olive oil; Salt and pepper; Salt crystals.

Proceedings

With the special tool to cut the top cap of the eggs, the shells and wash with warm water and vinegar, let it dry.

Beat the eggs with nutmeg, milk, salt, pepper and parmesan cheese.

Fill the shells with the mixture, toasted pine nuts and cook in the oven for 4 minutes, let cool, sprinkle with sugar and then brown in grill.

Cut the vegetables into slices and cook in the oven for about three minutes with vinegar and bay leaf, cool them and season with salt, pepper, olive oil and grapefruit juice.

Place the egg on a serving dish, place the cut fruit, vegetables, tuna sliced and seasoned with pepper, oil and salt crystals.



That's hard work, which completely changes when he joined the company in '65 the first machine shelling. In the '70s opened the first factory in Santa Maria in Fabriago (Ra); 80s opens the factory in Occhiobello (Ro) and during the 90s to Mordano (Bo).

The Eurovo Group, is a leader in Italy and Europe, has seen the company go into the second generation of the family with their children and grandchildren Siro Ireneo and Silvia, director of services, and Federico, VP Sales & Marketing Group (pictured).

Eggs, chicken, and not only Hen

They have a standard weight of around

partridge and similar in size to that of the bantam hens, but with smaller yolk and shell very resistant. Well poached or fried, is not however suitable for preparing pasta.

Goose

It's larger than that of chicken, goose eggs (and the duck) are particularly rich in lecithin. A feature that, when used to prepare fresh pasta, improves the structure. Perfect for preparing mayonnaise.

Ostrich

The biggest ever, weighing approximately 1500 g of which 200 of the shell. May suffice for 8/10 people;

AT PAGE 28

Baccalà and stockfish, “children” of the same fish

We would like to clarify the differences and characteristics of two specialties that are actually the result of two processes of preservation of the same fish, which today enjoy great credit in catering

By Mariella BONI

Stockfish and Baccalà: salted the first, the second dried, are two methods to conserve cod from the ancient tradition. These products have in fact centuries, when there were no other methods of conservation of fisheries. Suffice it to say that the arrival of the Stockfish in Italy is attributed to the Venetian navigator Pietro Querini who in 1431 landed in the archipelago of Lofoten Islands, off the coast of Norway, where he discovered the fish-stick dried in the wind of the northern seas, easily transportable, who brought with him to return to the Serenissima. Baccalà is dried to perfection generally from mid-June and the right degree of drying is based on an evaluation by expert graders (the vraker), involved in the classification based on the length, the size, weight and other characteristics quality that only long practice allows to know in depth.

Coming to the present day it is worth to make a clarification. We talk properly with cod and cod Stockfish when based on the type or Pacific cod *Gadus morhua*, although I'm not certain the only variety of cod that swim in the seas.

Each region prefers one or the other, using them in many recipes. Famous example is the recipe for cod Vicenza, which despite its name is prepared with Stockfish beaten, soaked and cooked at length without ever being reshuffled, as it wants the recipe coded by the “Brotherhood of the Codfish”.

READY TO COOK. If once the cook had to face the long wash or soak for several days to use cod and cod, now on all companies offering products ready for use, saving time and effort to the chef. We spoke with Alfrediano Dovesi from Ghezzi Alimentari (Fi), which points out: “The restaurateur requires us cod or

Stockfish already desalted or rehydrated, and because they do not have the time, and because these operations require environments equipped, which now deal almost always companies like ours. It desalination rehydrates the cod or Stockfish, which can then be sold frozen in slices, in the hearts of fillets or whole piece. I would like to emphasize, however, that the market is also very northern cod that is injected with a light brine (approximately 2%) and frozen; under the law is called “northern cod lightly salted”, commonly called “light salted”. Beyond the considerable price difference (the northern cod is much less expensive than the cod, almost half), this product has a texture and a minor cut very different from the true cod. It is important to know this difference and suggest that you read the labels to make informed choices. That said, on the processing of cod desalting is the stress that we carried out at temperatures between 0 and 2 ° C: this allows to have no yeast which can create unpleasant odors and defects in fish. The processing of cod instead, that in our area do not want to beat (as for example in the Veneto want him beaten, and then the fibers are broken and rehydration becomes shorter, about 3 days), it takes about 14 days, thanks to a soaking in the water in the tank static.” “Practically all the Stockfish - says Veronica Quadrio from Unifrigo Gadus, company that from mid '800 matter cod and cod, with manufacturing facilities in Genoa and Naples - is now Gadus morhua, produced only in the area of Norway. Of course there are many other types of dried cod, but can not be defined Stockfish. Equally specific is the preparation of the cod, which requires a precise salting procedure that differs from the “light salted”, a cod fillet (of a different variety than the G. and G. morhua macrocephalus) lightly salted and frozen for infiltration. Our company deals with do the soaking Stockfish: soaked Genovese, in Baffa; Venetian beaten and soaked; soaked and cut in pieces, as they ask in Lombardy and Piedmont). The cod is instead desalted and stored in modified atmosphere (while I Stockfish is kept under vacuum). It is therefore cuts ready for cooking, with a time-delimited conservation.”

BEWARE OF DIFFERENCES. Dino Verso from Verso Brokers underlines: “We are intermediaries between producers of northern Europe and the distribution



then we import such as Norway, Iceland etc. But cod and cod are essentially raw materials, which generally are not placed on the market as such, but are processed, so that the cook should not waste his time in these long, delicate operations. It should be noted that there are many qualities: cod (of the two varieties already mentioned, ed) is fished from mid-January until Easter, then put to dry in the air until June and then selected according to the quality and sizes; from late July onwards begins to be distributed. It is a valuable product but sells for “patchy”: for example like in Messina, sells well in Calabria, Naples and Salerno, as is required in Liguria and Veneto. Much more widespread consumption of salted cod, of which the most valuable variety is what you get from fresh cod (but there is also that of cod from frozen cod). Of course all this is meticulously indicated on the label.” In turn Roberto Zanobi of Formasal, associated company Cic, explains: “In business we have always provided the cod dry Gaspé (cod lightly salted and dried, a process typical of Canada, nrd), the loins of salt cod in Norwegian and a typology oil pan ready in 2 kg. As for the stockfish is an article in our country has fallen into disuse, although sometimes it is required to order over the Christmas period. These are products, which do not carry out-processing: is the refreshing (except for the type in oil) which must provide for the desalination and then use in its basic recipe. In addition to these references, we have the fresh cod from portion and the various types of frozen cod (fillets, steaks and battered).



Today consumption has shifted from the traditional types dried frozen ones, much faster and easier use.”

But how can set the caterer to choose a good product? “As for the types dry - continues Zenobius - the Gaspé must be the latest production (not old) then with light yellow to dark and not tending especially good thickness. Filettone Norwegian must have good thickness and white color. As for the types you have to make a distinction between frozen cod, which is what is produced by salting traditional salt and water from the fresh, and cod that is infiltrated with saline instead. Cod in the quality depends on how it is done processing, whether from fresh or frozen and then double freezing. In this latter case the product is sent frozen in countries where it costs less than the thread, here is thawed, processed and refrozen, creating a quality product certainly lower.”

Corrado Riccio from Meridionale Catering Service, whose company is active in Campania, well aware of the special needs of its customers. He explains: “In Campania areas of greater culture of Baccalà (Stockfish is unpopular) are those of Nola and the area inside Vesuvius. In general we noticed a good interest in this product, so much so that many chefs are introducing it in the paper, even if they are located in areas where there is no real tradition of product. So where is rooted culture of cod, the chefs prefer to work it himself, from the desalting. Professionals who are instead the “discovering” now prefer a product service, already found by specialized companies and packaged in modified

atmosphere. Or point to the cod “pinch of salt” or slightly salty, cut into loins and frozen. In short, the restaurant has a choice, although in principle the most required is just the desalted cod.”

Full range

The Cooperative Italian Catering has held a wide range of processed products cod. So Baccalà, salted codfish and light are in range. All with the characteristic of being desalted, soaked and then frozen to meet the broader needs of the modern catering.

FORMASAL

S.S. Cassia Nord Km 86.00
01100 Viterbo (VT)
Tel. 0761/251349

Area served: the provinces of Viterbo, Rome, Terni, Perugia and Grosseto south.

Employees: 50 employees and 16 agents
Turnover: more than 16 million

Range: the company was founded by industry cheese and salami and through constant path of specialization is able to provide all of the catering, equipment and furnishings (including the initial design and assistance with our. House staff) to dishes, glasses, pots and pans, fresh, preserved, for a total of about 15 thousand references.

SOUTHERN CATERING SERVICE

via Vicinale Cupa San Severino Re (Na)

Area served: Naples, Avellino, Caserta
Employees: 18 + 8 sellers

Specialization: food for catering, sandwich shops, pubs, pizzerias

Turnover: about 7 million euro

AT PAGE 32

Salted cod stuffed

with its albumin verdello extravergin emulsified olive oil, on pureed beetroot and smoked stew of mussels, clams and diced potato purple and yellow

Cook Author: Maurizio Urso – Syracuse

Ingredients for 4 people:

Salted Codfish g. 600 net; Extra virgin olive oil; No garlic.

1 White pepper grains q.b; No laurel leaf; 2 Lemon peel; Orange peel; Sole g. 70; G celery. 120; Capers g. 20; Basil g. 5; Beetroot 200 g; Purple potatoes 120 g net; Yellow potatoes 120 g net; Mussels 180 g; Clams 180 g; Parsley, vegetable broth; Salt; White pepper; Rosemary; Thyme; Verdello; Seed powder and flowers of wild fennel. For extra virgin olive oil with rosemary: Oil evo l. 1/2; Rosemary g. 80. To condition in vacuum at 80% and cook in a steam oven controlled for 30-40 minutes 65/70 ° C

Procedure –

In a pan put 1 liter of extra virgin olive oil and the fillet of sole previously cut into cubes, cook the tenderloin at temperatures not exceeding 75 ° C, so doing will leak albumin fish. With a spoon retrieve and emulsify with olive oil and grated verdello Syracuse. Strain the oil and flavor it with orange peel and lemon green, peppercorns, bay leaf and garlic, bring the oil to a temperature of 68 ° C.

For the stew –

Dice the yellow potatoes and purple. In a skillet brown the diced potatoes, and celery in mire pox, with a clove of garlic, chopped parsley, pepper and a pinch of salt; add the vegetable broth, cover and cook. Almost cooked, add the capers, does open the mussels and lemongrass same stew. Once open, the seafood, shell them. Meanwhile, cook the beetroot, smoked them and make a pass with the addition of potatoes to make the mixture softer, season with salt and pepper and add the rosemary oil, keep warm. Candy salted codfish, previously prepared, flavored oil to 68C ° for 7-10 minutes, until it comes albumin and reach at the same time the point of cooking.

How to set the dish: At the base of the pot put the pureed beetroot, the stew and a concassé tomato. Over the past, place the wafer in white wine and finally the cod and Glaze with its albumin.

AT PAGE 34

In the pantry

RED WINE VINEGAR, WHITE WINE VINEGAR AND VINEGAR OF MODENA

A wide range of quality branded vinegars Qualitaly and Tavola Viva, all obtained without the use of genetically modified ingredients or derived from genetically modified organisms.

Red wine vinegar 6% acidity looking clear, shiny, deep red color and harmonious taste is ootenuito Italian wine. It is packaged in liter bottles PET or glass for the brand Viva Table.

White wine vinegar 6% acidity pale yellow appearance has clear and harmonious taste. Gotten by Italian wines is a liter bottle in PET or glass table Viva brand.

Red wine vinegar acidity 7.2% by selected wines are aged in wood and made from selected Italian wines. A Clear appearance, harmonious full taste. A brand Qualitaly, is packaged in bottles of 0.5 liters white Ligustro. Shelf Life is 36 months.

White wine vinegar acidity 7.2% by selected wines bottled white privet 0.5 liters. Made from Italian wines selected is aged in wood and straw yellow, with taste harmonious, full. Also proposed in sachet

Balsamic Vinegar of Modena PGI brand Tavola Viva made from wine vinegar, grape must be concentrated, caramel. Dark brown has bittersweet taste, balanced, pleasant characteristic. Bottled Ligustro white 0.5 liters. Even in sachet brand Qualitaly.

AT PAGE 36

Let's make them on grilled

Barbecue or grill? Coal or gas? All the secrets for a perfect barbecue!

By ELENA CONSONNI

Few things are fun, even the restaurant, how to share a hearty grilled meat, fish, vegetables. This type of cooking is deceptively simple, there is still much to learn, beginning with the terminology.



"First of all - says Gianni Guizzardi owner of I Signori Del Barbecue, a true expert in the field - we must clarify the difference between barbecue and grill. The barbecue always has a lid for closing, while the grill is open. No linguistic subtleties, because cooking techniques and recipes are different." The barbecue being closed works more or less like an oven and cooking takes place both for the direct contact with the grid for the hot air circulation inside the machine. For this reason it is suitable to prepare a full menu, including bread and cakes.

The barbecue, however, is not an oven. "First of all - explains Guizzardi - occurs the phenomenon of drop of liquid contained in food. Then ventilation is natural and is made with fresh air coming in from the outside and therefore is humidified. The moisture content depends on the weather outside. For this reason, even the cuts of meat to long cooking are tender and sweet soft."

COAL, WOOD OR GAS? Guizzardi admits to not being completely agree with what some chefs. "Only apparently - says - the coal and wood give more flavor. The coal does not give it at all, it would give the wood maybe a little

bit more, but not if used to the state of embers. To give the typical aroma are liquids that exude from the food and run off through the grid to finish on the grill or on the floor of heated steel. The other aromatic component is given by the rifling, which must be brown, never black. Effects can be achieved using the most intense smoke accessory." Are then made some technical considerations, important for professional use: gas ensures constant conditions of temperature throughout the service, even with many covered, while in order to have the same continuity with the charcoal, the initial charge of coal must be sufficient, otherwise you risk the interruption of preparation. The gas is adjustable and if the fires are more than one, in different areas can set different temperatures, which is impossible with coal. The alternative is the electric grid. "The grids - precise Guizzardi - can be defined as such if they have a system that provides the dripping liquids that tissues release in cooking."

The choice of the type of fuel, however, may not be as free. There are constraints to be respected. "In professional kitchens - explains Roberto Del Mistro, Santanna company, supply company for



the Horeca channel associated with CIC - you rarely see the grill for wood or coal. This is because not all ASL will allow the use in the kitchen, even if the rules are not the same everywhere: it is worth always inquire with their representatives about the fuel permitted."

AS AN ALTERNATIVE, THE ELECTRICAL GRID, systems such as lava stone or some of the innovative products on the market today. "There are - tells - of cooking systems in which the grid is coupled with a pan of water that besides collecting the liquid percolating from foods, allows to obtain greater softness. Or of convection ovens, based on a system that perfectly mimic the results that can be achieved with a traditional barbecue."

"The professional grill electric - explains James Spampinato, marketing manager Angelo Po - is one of the equipment that can not miss in the kitchen of a restaurant that serves meat and fish on their menus, but not only! Vegetables and fruit grilled dishes are now indispensable and unique taste. The cast iron grate provides better transmission and sealing temperature with consequent reduction in consumption, a perfect effect barbecue."

In the electric grid Angelo Po resistances

are positioned in contact with the cooking grate in cast iron reducing the times to get the ideal temperature and consumption and ensuring the uniformity of cooking. The presence of a hot water located below the grid ensures a smoke removal systems, for better livability of the kitchen, and the collection of fats, for quick cleaning. The slight vaporization of water, finally accelerates cooking times, thus leaving unchanged the juiciness of the meat. Similar, but not exactly the same, Grillvapor is a cooking system patented by Arris. "This device - explains Claudio Barzon, chef Consultant Company - can be powered by current gas. Although the mechanism of heat transfer is different, it does not change the result in cooking. The choice depends on the difference of the management costs and any limitations by the ASL. The device allows you to adjust the temperature from 160 to 420 ° C, ensuring the best conditions for each type of food." Under the cooking grill is placed a tub with water, which increases the humidity in the area. "There is no steam - precise - because you work around 30-40 ° C, but only a slight moisture accelerates cooking times and reduces the weight loss. The fall of the fat that melt in cooking in this water reduces smoke. The grid is made of steel, a material that is easier to clean from the residual carbon than cast iron, so the food remains less bitter. The final effect is a cooking crunchy on the outside of the high temperatures, but soft on the inside, for the moist environment. Newer models may also provide for an automated system that draws the quantity of water which serves according to the temperature set on the display." So there will be spoiled for choice!

Barbecue with view

There is a barbecue lit on the rooftops of Rome: the patrons of the restaurant of the Residence Palo VI, a terrace with views of the colonnade of St. Peter, can taste the proposals of Luca Malacrida, chef that is part of the Italian national APCI. The restaurant - with an average of 20 people a day, 5 days out of 7, open for dinner only - offers international cuisine with a footprint Roman and regional Italian, both meat and fish. The protagonist of the cuisine of Luca Malacrida, is the barbecue, well loved because it manages to bring out the natural flavor of foods that are prepared: meat and fish, of course, but also vegetables and even fruit, is proposed as a dessert that accompanying salad.

"Since our barbecue is placed outside - tells Malacrida - we have enough freedom with the right fuel. I love the coals because I find that presents a different taste from the gas or electric grills. Who should install it in the kitchen, however, generally must opt for these solutions. Some even outside there could be problems with the neighbors, for the fumes. But luckily we have not." To enrich the flavor of food cooked, Luca Malacrida uses of wooden tablets well soaked in water so they do not burn: in contact with the heat of the embers tablets release their moisture yielding the aroma to the food being cooked. "How woods, as needed - says - use cedar or oak. Maple is perfect for pork, while the cherry to the calf or the bison."

The ally of catering

The barbecue can be very helpful in catering services, because it is much easier to transport than other cooking equipment. Thanks to its versatility can be used for different preparations. In the case of long cooking can be prepared in advance, allowing to better organize the work. Finally cooking barbecue is lightweight and very welcome, both for the sake of the preparations for the sense of conviviality that transmits.

Do not forget:

- In the choice of the machine to be installed in the kitchen, always check in advance which type of fuel is permitted by your local health
- Barbecue and grid are not the same thing. The barbecue is closed by a cover, the grid not. Cooking techniques are different
- The cooking the barbecue is very versatile and is also suitable for catering services

AT PAGE 40

Children at the restaurant. Let's treat them well

Let's not underestimate the little guests; we contribute to their education to good food. And above all, we have to think that the real customers to impress are they.

By GREGORI NALON

Parents know that. Going to the restaurant with kids can be an ordeal.

But they also scare restaurateurs. Behind those innocent young faces they hide the severe judges and, often, they are right. A child tastes, eats, judges and, if he is not convinced, he leaves food in the plate.

Children, therefore, should not be underestimated and we must be careful in preparing a menu for them. It is a difficult task, but not impossible. The basic principle is that you should prepare strange or special: often a little customer is satisfied with a plate and hardly eats a full meal. But I must say that on many occasions when I planned a menu with some dishes with very small portions (no starter, a main 30g, just seconds with a side dish that can please - mashed, pureed vegetables in cream - a small scoop of ice cream and game as a prize) small appreciated. We assume that a child will never eat huge portions; he is bored in front of a full plate, struggling to finish it. If we put together small proposals, the result is often unsatisfactory. We work more on quality and we always use excellent products.

A CHILD DESERVES RESPECT. If a child eats well, has fun with shapes and colors, has its own little game, will be the one to insist to go eat in the restaurant rather than the other. What about the adults? They are the first to taste what a child eats. His happiness is their happiness and tranquility. If a kid is fine, he leaves us well assured, if eat badly, gets bored and immediately begins the end of our evening. Do not underestimate these aspects, they are important. When you cook, ask yourself if you would give to your child what you are preparing. I remember that in many cases the manufacturers of food, such as ice cream, sweets, chocolates, etc. get tested by children; if they eat the product, it should be put on the market, otherwise it is discarded. And here we must reflect. Another interesting topic related to food for children is to teach them to understand that there are certain colors in the kitchen, if not identified and justified. For example the color blue or blue ice cream, we find it difficult to market or in kind (except algae little known), can be pink instead of a strawberry, as long as the taste reflects their reality. So let us, for some children, to let him know the labels, which are used additives, preservatives, etc. And on the other hand let's appreciate the good products of our food system,

Let's make aware of what is good, and what not. Obviously often you buy junk food, with the excuse that it is for the children. Actually ... a child eat what we buy and we are the first responsible for their nutrition education.

In the restaurants we should not be afraid to write what we use in the menus, instead we must have the courage to be responsible for our actions, ensuring a healthy food, digestible, well prepared, tasty and simple.

AT PAGE 48

The importance of water

From this number begins the collaboration with Alberto Fiorito, nutritionist, who, in turn, will provide insights and information to improve the relationship between food and health. In our time the food has different meanings depending on the latitude: in one part of the world food shortage is combined with the hunger of millions of people, in the rich part of its excess poses health issues. For this, even on the occasion of Expo, we want to address with the help of a specialist a theme for the restaurant is becoming increasingly important. The one that makes its customers feel good at the table. And also later on.

By Alberto Fiorito *

The human body is composed of 70% of water, an essential element not only for the animal life, but also for the life of the entire planet. The water is very special and charming. Despite its spread, he does not yet know all the features. Think about the fact that in contrast to all other elements of the Earth cooling causes dilation. Within the human body is the water both inside and outside the cells; Water is the blood and the water there is in the systems of excretion.

From the physiological point of view the body loses water through breathing, sweating, digestion and elimination of urine and feces. It can be calculated that every day we eliminate about 4 liters of water. Of course it must be recovered. Most comes from food, while an important part must be ingested directly as such. To be precise, we can say that, excluding sports or special

environmental conditions, a person should take daily 35 ml of water for every pound of body weight.

THE WATER WE DRINK. The drinking water can be subdivided and classified in two ways. The first takes into consideration the amount of mineral salts dissolved while the second, a bit 'less technical, describes the basis of origin.

We speak of slightly mineralized waters if the residue at 180 ° is less than 50 mg per liter of mineral waters if it is between 50 and 500, between 500 and 1500 average mineralized and minerals if it exceeds 1500 mg per liter.

RELATING TO THE EFFECTS. The different composition of minerals involves a different effect on the body. It can be said that the smaller is the quantity of salts present, the greater the draining effect, while with the presence of more salts you might have a better digestive effect, due to the recall of water into the intestinal lumen. From the point of view, more specifically, the physiological need to understand the origin of these mineral salts. It is known that the greater is the path that the water inside of the mountains is the greater is the amount of salts present. These salts are for the most part dissolved inorganic, while for a minor part are organic, that is usable for the physiological activities of cells.

WHICH WATER AND WHEN DRINK IT. On the basis of these considerations, we must evaluate the water as a function of time when the use and the reason why the use. As for the proper hydration of the body, in order to preserve the physiological functions of cell phones in a healthy and perfect, are certainly to suggest the waters with a fixed residue as low as possible, so the slightly mineralized, drinking between meals. For consumption during meals can leave you more space to their own taste and personal feeling.

PUBLIC, PURIFIED OR BOTTLED. The second mode of classifying waters takes into account the origin of the substantially same. We'll talk then of public water distribution, purified water and bottled water.

The consumption of tap water would be ideal because next to a very low price, avoids the waste of glass and plastic and also the pollution that comes from its production and transportation.



This water, however, presents some problems. Sometimes its composition is not ideal. The amount of inorganic mineral salts may be excessive and together with these can be found heavy metals that arise both aquifers which from the pipes. It is true that for drinking water must be considered to have a quantity of these pollutants under certain limits, but it is also true, especially thinking to heavy metals, which creates an effect of accumulation over time that can hardly be considered healthy for the 'body.

The other problem that presents the public water is that of chlorination. The chlorine is indispensable for purifying water by bacteria, but it is not devoid of side effects within the human body. In recent times, many cities are equipped with municipal distributors, alongside a limited cost, offer water properly filtered that certainly guarantee a better quality.

The systems of demineralization of water, used in restaurants and local, are certainly very effective in the treatment of water from heavy metals and chlorine. Can present the drawback

of a final product is not particularly appreciated by the consumer.

Bottled water have the problem of transport, exposure to the elements, particularly light and heat and disposal of glass or plastic. In the latter case, then, the association between exposure to heat and storage for long periods is suspected of being able to release in the waters certain toxic substances. Based on these considerations we could establish behaviors ideal to carry in function of the occasions. For home consumption would certainly be helpful to put a filter at the entrance of water in the house for the purification generally distrusting of cheap products or purification systems extemporaneous really not very useful. Alternatively, however uncomfortable it may be useful to obtain supplies of water municipal distributors.

TIPS FOR FOOD. In the case of catering the choice must necessarily be made between the purified water and bottled water. The first case usually proves to be very cheap, but often not appreciated by the consumer, since the purified

water has a standard taste, almost completely devoid of flavor, which can hardly pleasure and that, consequently, is simply accepted.

As for the bottled water you will certainly give preference to the glass and you could have water with different levels of mineralization.

LISTEN TO CUSTOMER. Currently the consumer is oriented in two distinct directions: consumption for pleasure and consumption to health. In the first case will be difficult to please everyone, and therefore one might turn mainly to waters identified according to local preferences or advertising information. In the second case, however, in view of the increasing consumer's attention to the connection between food and health, it will be good to have at least minimally mineralized water.

WHEN AND HOW TO DRINK. Most of the water taken daily, in order to reciprocate that consumed in the various activities and functions of our body, should be drunk between meals. On the occasion of the meals you could only take a glass of water before you start eating because, with proper hydration daily, you should be especially stimulated by thirst. Drinking an excessive amount of water during the meal could speed up the phases digestive and make them, therefore, incomplete, as might excessively dilute the gastric juices and duodenal and reduce efficiency.

SPARKLING OR NATURAL? Between carbonated and natural during the meal there is no difference: you can be guided only by their own personal pleasure. The best water moisturizing taken between meals is not carbonated. Not to be neglected is the idea that we can offer, during the meal, hot water, lightly flavored with a few drops of lemon or with floral extracts.

* Alberto Fiorito, doctor, nutritionist, an expert in non-conventional medicine. It deals mainly with nutrition education and primary prevention. Author of several books in the last of which, *Eat Well, Grow Well*, published by Gribaudo, seeks to involve parents in the process of change in lifestyle of their children. Can be followed on the site www.governodellasalute.com

AT PAGE 50

The wine on the border

Wine production in Collio area has its roots in pre-Roman era. Today in the eastern part of Friuli Venezia Giulia will produce large red and white body. Always surprising

By PIETRO CINTI

In this part of Italy, we are the extreme east of the Friuli Venezia Giulia, the boundaries got moved several times over the last 150 years, in tandem with the wars that have bloodied this corner of Europe. Today a historical reconciliation between Italy and Slovenia also lives of wine, produced on Both Sides of the border between the provinces of Gorizia and the former Yugoslav country, in a hilly area with a strong wine, for exposure, nature of soil, local know-how.

THE ITALIAN SIDE Collio, from the name betrays its topography, with the cultivation of the vine introduced already in pre-Roman era, now has a production of high quality, great whites made from Pinot, Friulano (historically known as Tocai), Sauvignon and characterizing the renowned Collio Bianco Doc, among the reds, however, the Collio Rosso, Cabernet, Merlot. Everyone from small to medium sized businesses, many family-run, with strong local roots, which have been able to evolve the product while respecting the tradition and today you are in the market with wines pleasantly surprising, making the freshness and of attachment to the territory, in its most positive, an important differentiator. The whites, with personality, can adapt perfectly to the aperitif, go well with ham that in this corner of Italy that can not be San Daniele, do not disdain seafood or white meat. But they can run even alone, in between meals, custom kept pouring by the glass, in cui the white Collio squeezes all its fresh and fruity bouquet, even with deep notes.

Az. Agr. Toros
Friulano Doc Collio 2013
www.vinitoros.com

Features
produced from grapes 100% Friulano, pale yellow in color, with delicate scent of almond, dry and inviting on the palate
Pairings



appetizers of ham (San Daniele or Cormons), cocktail

The Castellada
Ribolla yellow 2009
www.lacastellada.it

Features
produced from grapes 100% ribolla yellow,
Pairings
raw fish appetizers

Venica & Venica
Ronco delle Mele Sauvignon Doc Collio
www.venica.it

Features
produced from 100% sauvignon grapes, Has inenso and elegant scent of elderflower, peach leaf and pepper; in the mouth is full and fat with final velvety and soft.
Pairings
appetizers, ham, cream and delicate soups, shellfish and fish sauces

Russiz
Collio Bianco Col Disòre
www.marcofelluga.it

Features
produced from grapes 40% Pinot Blanc, 35% Tocai Friulano, 15% Sauvignon and 10% Ribolla, Has pale yellow color with golden-green scent of acacia flowers and grapefruit and soft and enveloping in the mouth with a long finish with notes and warm of almond
Pairings
aged cheeses, meats, fish soups, baked fish, shellfish

Edi Keber
Collio 2013
www.edikeber.it

Features
produced from grapes Tocai Friulano,

Ribolla and Istrian Malvasia

Pairings
in aperitif with local ham, on pasta or rice with vegetables or fish and white meat and delicate

Gradis'ciutta
Gradis'ciutta Ribolla Collio
www.gradis'ciutta.eu

Features
pale yellow, with sharp scent, elegant and intense, with notes of fruits like apple and peach and hints of tropical fruit, pineapple
Pairings
aperitif wine, it pairs well with fish dishes, starters and first of various kinds. Interesting is the combination seconds with light dishes, Especially white meat

Drius
Friulano Collio 2013
www.drius.it

Features
Collio Friulano grapes, Has pale yellow color with greenish reflections. The nose is full of fruity (apple, almond), the taste is full and harmonious with good minerality
Pairings
classic wine aperitif, with appetizers, fish dishes, soups, grilled white meat, ham, smoked Although

Marco Felluga
Collio Bianco Molamatta
www.marcofelluga.it

Features
40% pinot blanc grapes from 40% Tocai Friulano 20% ribolla yellow, golden yellow in color
Pairings
goes with fish and eggs, soups

Concentrati sulla qualità



Gimasedesign.it



GENERAL
FRUIT

SCAN

Punta con il tuo
smartphone
il QR code e scopri
tutti i prodotti
General Fruit



Sempre più concentrati, sempre più qualità.

Dal 1988 General Fruit produce succhi concentrati, preparati per cocktails, preparati per desserts, succo di limone, condimenti monodose, toppings, preparati per guarnizioni, sciroppi per granite, bevande e molti altri prodotti tutti da scoprire. La qualità è sempre garantita dalla consapevolezza di entrare ogni giorno nel cuore del vivere quotidiano, dalla prima colazione alla movida notturna.

Posso fidarmi, è General Fruit.

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



Cooperativa Italiana Catering

Sede legale, amministrativa
e operativa:
Via Rivoltana, 35
20096 Pioltello (MI)

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

*La qualità,
ogni giorno
ovunque.*

