

sala & cucina

MAGAZINE DI ACCOGLIENZA E RISTORAZIONE

Agosto/Settembre 2024

sala&cucina n. 82 agosto/settembre 2024 - Poste Italiane SpA - CN/BO - Edizioni Catering srl - Via Margotti, 8 - 40033 Casalecchio di Reno (BO) - contiene I.P. - costo copia euro 3,50



**Il café gourmand
fa la gioia del
ristoratore e
del cliente**

**Il nuovo twist di
Trattoria al Sasso**

Le novità DoGusto

Carla Cantamessa

Sensibilità, empatia, curiosità sono le parole chiave per la professione di sala

NATURA AD ALTA PRESTAZIONE

PIZZA
NAPOLETANA



100% GREEN ENERGY
100% DA FONTI RINNOVABILI

LA SCELTA SICURA PER UN GUSTO VERACE!

Le **Napoletane** sono pensate per chi ama il gusto della tradizione. Sviluppate insieme ai Maestri della Pizza Napoletana, sono disponibili in due versioni: la Verde, per impasti semplici e diretti, e la Rossa, più strutturata e resistente.

le5stagioni.it



LA REDAZIONE

Mario Benhur Tondini

presidente Edizioni Catering srl

Imprenditore nel settore della distribuzione alimentare, gestisce con il fratello Oscar l'azienda di famiglia a Cavriana (MN), dove ha svolto anche l'incarico di sindaco.

Le competenze maturate sul piano professionale e su quello amministrativo lo hanno portato alla convinzione che il principio della condivisione sia la miglior modalità di crescita. Molte sue iniziative, anche all'interno del gruppo Cateringross (che detiene la titolarità della casa editrice), di cui è consigliere d'amministrazione, vanno in questa direzione. A questo affianca una forte sensibilità per ogni azione che dia valore al suo territorio.



benhurtondini@salaecucina.it

Luigi Franchi

Direttore responsabile

Prima fotografo di cibo e territori, poi comunicatore, autore di numerosi libri di enogastronomia e di turismo enogastronomico. e infine giornalista di enogastronomia. Tra le sue principali pubblicazioni, scritte e/o coordinate: La prima edizione della Guida al turismo del vino in Italia, per conto del Movimento Turismo del Vino, (1997), I parchi e il turismo enogastronomico (2004), Il marketing delle Strade del Vino edizioni Agra – Rai Eri (2005), Atlante Alimentare Piacentino, con Valentina Bernardelli (2007), "cuo chi, due anime in cucina", con Alessandra Locatelli, GL Editore (2009), Dalle Terre Traverse al Po, GL Editore (2010), ideatore e coautore dei Maestri del lievito madre, Edizioni Catering (2014), coautore della guida online dedicata alla ristorazione Meglio Prenotare, Edizioni Catering, Le interviste (2018) editore Mediavalue. Co-direttore di Food & Book, festival nazionale di editoria enogastronomica



luigifranchi@salaecucina.it

Marina Caccialanza

Redazione

Milanese, un passato come traduttrice, da diversi anni giornalista e redattrice per riviste del settore alimentare rivolte al mondo dell'artigianato e all'industria, in particolare nel campo della ristorazione, del dettaglio specializzato e della ricerca. Contribuisce alla realizzazione di importanti libri di comunicazione gastronomica in Italia e all'estero diretti ai professionisti e ai consumatori. Collabora con le redazioni di sala&cucina, Ecod e Trenta Editore.



marina.caccialanza@salaecucina.it

Simona Vitali

Redazione

Laureata in filosofia, ha lavorato nella comunicazione e organizzazione di grandi eventi a Parma. Ha ricevuto una prima inconsapevole educazione al gusto per il cibo grazie all'indimenticato oste dell'Osteria della Stazione di Felino (PR), il nonno materno Massimo. Con gli studi umanistici è poi arrivata una seconda, consapevole, educazione al gusto per l'utilizzo delle parole secondo il loro significato. Poi sono seguiti un corso di Alta Formazione alla scuola Holden e un master in Filosofia del cibo e del vino. Della ristorazione l'affascina il pensiero e la componente umana. Della formazione di settore segue movimenti ed evoluzioni.



s.vitali@salaecucina.it

Giulia Zampieri

Redazione

Ricorda con esattezza il profumo del primo pane preparato all'età di sette anni.

Forse il suo primo traguardo e, soprattutto, l'inizio di una grande passione: per le cose semplici, per la genuinità, per gli alimenti che crescono e prendono forma. Dopo la Laurea in Scienze Gastronomiche, la specializzazione in comunicazione enogastronomica, e un periodo di alternanza nelle cucine, ha chiara la missione: scrivere per comunicare. Come? Utilizzando gli strumenti di oggi e la curiosità di sempre. Giornalista pubblicista, collabora anche con la guida di Identità Golose.



giuliazampieri@salaecucina.it

Gabriele Adani

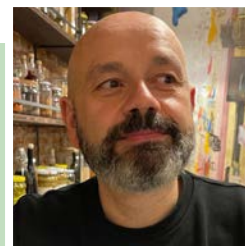
Grafico

Modenese, appassionato di arte figurativa, fotografia e linguaggi di comunicazione visiva.

Nel 1992 inizia il suo percorso professionale presso una casa editrice. Lavora poi in uno studio grafico e fonda una piccola agenzia di comunicazione in cui ricopre il ruolo di direttore creativo per 18 anni.

Viaggiatore, utilizza i frequenti viaggi a Londra e nel Sud Est asiatico per arricchire il suo bagaglio culturale e placare la sua innata curiosità per le altre culture.

Dal 2019 lavora in proprio, occupandosi di fotografia, grafica e consulenze nel campo della comunicazione.



grafica@salaecucina.it

CIRIO
1856

Alta Cucina

I nostri vegetali, il tuo talento



RACCOLTI SECONDO
STAGIONALITÀ



SELEZIONE E TAGLIO
MANUALE



SUBITO PRONTI PER
LE TUE RICETTE



PRODOTTO DALLA
RESA ELEVATA

NON SERVE SGOCCIOLARE

Cirio presenta una novità dedicata alle cucine professionali: i nuovi **VEGETALI CIRIO ALTA CUCINA**. Subito pronti da utilizzare, confezionati con pochissimo olio per cui non serve sgocciolare, consentono di esaltare le tue creazioni con quel tocco in più. Il risultato è un prodotto di altissima qualità, da materie prime selezionate e lavorate a mano secondo stagionalità, perfetto per numerose preparazioni in cucina e come guarnizione per la pizza.



FUNGHI CHAMPIGNON
TRIFOLATI



CARCIOFI IN FETTE
TRIFOLATI



OLIVE NERE LECCINO
DENOCCIOLATE



PEPERONI
GRIGLIATI



MELANZANE
GRIGLIATE

Scopri tutte le
referenze sul
nostro sito.

WWW.CIRIOALTACUCINA.IT



SOMMARIO

- 7** LA LETTERA APERTA
Far cassetto a tutti i costi! | Luigi Franchi
- 9** L'EDITORIALE
L'estate sta finendo ma... si può sempre migliorare | Benhur Tondini
- 10** IL CONFRONTO
Carla Cantamessa | Luigi Franchi
- 15** I CUOCHI
Ancora insieme in prima linea per la cucina italiana nel mondo | Rocco Cristiano Pozzulo
- 17** LA NEUROVENDITA
Il tuo locale supera il test della divisa? | Lorenzo Dornetti
- 19** L'ETICA
Gusto e responsabilità civile e penale | FRANCESCO PARROTTA
- 21** L'OLIO AL CENTRO
Le nuove leve della cucina per una nuova e alternativa visione dell'olio | Luigi Caricato
- 23** LA DIGITAL TRANSFORMATION
I robot nell'ospitalità: minaccia o opportunità? | Claudia Ferrero
- 25** SCIENZA E NUTRIZIONE
Il latte dall'antipasto a fine pasto | Ferdinando A. Giannone
- 26** L'IDEA
Il café gourmand fa la gioia del ristoratore e del cliente | Simona Vitali
- 30** LA RIFLESSIONE
Il nuovo twist di Trattoria al Sasso | Giulia Zampieri
- 35** LA FORMAZIONE
Come, oggi, si diventa insegnante tecnico pratico di enogastronomia di ruolo | Simona Vitali
- 36** L'ESEMPIO
Inno alla cucina di tradizione | Simona Vitali
- 39** DOGUSTO
La pasta DoGusto | Guido Parri
- 44** LA STORIA
Zola e "Il ventre di Parigi" | Alessia Cipolla
- 47** IL FUTURO
La cucina dei robot cooperativi, quale futuro? | Giovanni Ballarini
- 50** IL VINO
I vini Monte Cimo | Giulia Zampieri
- 52** AMODO LA RETE DEI RISTORANTI ETICI
Villa Maiella. Dove il territorio è essenza (e non un claim) | Giulia Zampieri
- 56** LE RICETTE DI AMODO
Calamaretto ripieni di verdure e crostacei
Spaghetti cacio e pepe con guazzetto di scorfano dell'Adriatico
- 58** IL RISTORANTE
Il Grappolo Ristorante, convivialità a tavola | Marina Caccialanza
- 60** L'EVENTO
Pane Nostrum a Senigallia:
attese 50mila presenze l'11, il 12 e il 13 ottobre | Guido Parri
- 62** LA PRODUZIONE
Le caratteristiche uniche del Panettone | Marina Caccialanza
- 64** LA PRODUZIONE
La Mortadella Amor del Territorio | la redazione
- 66** LA PRODUZIONE
Ice Wer e la rivoluzione della creatività | Marina Caccialanza
- 76** I LIBRI
La Romagna dei ristoranti: storie di menu
Luxury Food | Luigi Franchi
- 80** LA PRODUZIONE
Una famiglia e una storia di collaborazione:
questa è Centro Carni Company | Guido Parri



N° 82 agosto/settembre 2024

EDITORE

Edizioni Catering srl
Via Margotti, 8
40033 Casalecchio di Reno (BO)
Tel. 051 751087 – Fax 051 751011
info@salaecucina.it - www.salaecucina.it

PRESIDENTE

Benhur Mario Tondini
benhurtondini@salaecucina.it

DIRETTORE RESPONSABILE

Luigi Franchi
luigifranchi@salaecucina.it

COLLABORATORI ESTERNI

Luigi Caricato, Alessia Cipolla, Lorenzo Dornetti, Ferdinando Giannone, Rocco Pozzulo, Claudia Ferrero, Elena Monte verdi, Federico Panetta, Guido Parri.

FOTOGRAFIE

Archivio sala&cucina, Depositphotos
* L'editore è a disposizione per eventuali crediti fotografici di cui si ignora la fonte

RIVISTA PARTNER di AMODO



PUBBLICITÀ

Tel. 331 6872138
marketing@salaecucina.it
www.salaecucina.it

PROGETTO GRAFICO

Gabriele Adani - www.gabrieleadani.it

STAMPA

EDIPRIMA s.r.l. - www.ediprimacataloghi.com
TIRATURA E DISTRIBUZIONE - 28.900 copie
Ristoranti, trattorie e pizzerie 20.700 - Bar,
pub e birrerie 4.000 - Hotel 3.100 - Grossisti e
distributori f&b 1.100

Costo copia mensile: 4,00 euro
abbonamento annuo 40,00 euro
Per abbonarsi: info@salaecucina.it

Esausto ma pieno di vita!



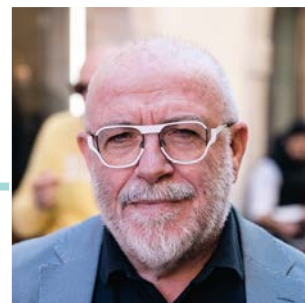
L'OLIO VEGETALE ESAUSTO NON SI FERMA, SI RIGENERA.

Raccogliere l'olio per destinarlo al riciclo consente non solo di **ridurre l'inquinamento**, ma anche di trasformare un rifiuto in una **nuova risorsa**, come biodiesel, sapone, asfalto e biogas. La sostenibilità è un valore fondamentale per Olitalia ed è per questo che da diversi anni, abbiamo intrapreso un percorso fatto di azioni concrete per la tutela dell'ambiente. **Fai la tua parte anche tu. Per un futuro buono, davvero.**

#esaustomapienodivita



LA TRADIZIONE DI DOMANI.



Luigi Franchi
direttore responsabile

luigifranchi@salaecucina.it

Far cassetto a tutti i costi!

Clicca e leggi l'articolo sul web



In questi ultimi anni si stanno attivando molteplici soluzioni per la gestione di ristoranti, trattorie e pizzerie. Soluzioni dovute prioritariamente alla carenza di personale. C'è chi ha deciso di ridurre il numero di coperti, chi ha pensato di tenere chiuso due o più giorni, chi invece ha scelto di tenere aperto sette giorni su sette. Tutte iniziative che sono comunque dei tentativi, senza una seria analisi di marketing alle spalle e questo denota come il comparto sia ancora vittima di una scarsa visione imprenditoriale.

Ma non è di questi che vogliamo parlare bensì di quei locali che lavorano pensando che tutto potrebbe andare peggio da un momento all'altro.

Locali che cercano di massimizzare il profitto senza rendersi conto che è proprio l'atteggiamento dei loro gestori che li porterà inevitabilmente alla rovina.

Qualche esempio? Abbiamo cenato in un locale che ci pareva molto carino, un menu dove traspariva la volontà di utilizzare materie prime di qualità, un titolare cordiale ma c'era qualcosa che non andava. Eravamo tra i primi e all'arrivo ci viene detto che non c'era posto in veranda e quindi saremmo rimasti all'interno. Nessun problema, fuori c'era ancora un caldo asfissiante nonostante fossero quasi le 21. Non ci eravamo però accorti del numero di coperti preparati, in una sala da 20 persone ne aveva messi giù più di 40.

Al momento del pienone tutto è andato in visibilissima crisi: l'aria condizionata che veniva alzata o abbassata a seconda di chi lo richiedeva; personale decisamente a chiamata che non era minimamente in grado neppure di prendere l'ordine (non dico di raccontare i piatti, che non era neppure lontanamente ipotizzabile) facendo dello sforzo di scegliere materie prime di qualità un elemento accessorio; lo stesso personale che, sentito con le mie orecchie, mandava a quel paese i clienti e il titolare bofonchiando tra i tavoli; tempi di attesa che si

prolungavano inesorabilmente; gli ospiti che, nel frattempo, avevano persino smesso di parlare tra di loro creando un silenzio irrealistico.

Che risultato si è portato a casa quel ristoratore che ha voluto far cassetto a tutti i costi? Il cassetto pieno sicuramente quella sera e la maggior parte degli ospiti che non sarebbero di certo più tornati in quel ristorante. Non vogliamo dare lezioni di imprenditoria a nessuno ma cercare di far capire che il mondo è cambiato, questo sì, è il nostro dovere.

Chi va al ristorante abitualmente, non chi ci va una o due volte all'anno, vuole un luogo dove sicuramente può soddisfare la passione per i buoni piatti e i buoni vini ma anche il piacere di andare in un posto dove tutto è armonioso, dove i soldi che si investono non vadano sprecati nell'incazzatura, nel caos di una sala sovraffollata, nel disservizio di persone non qualificate professionalmente.

Anziché aumentare i coperti allo spasimo ed essere, per questo, costretti ad utilizzare personale a chiamata incapace e 'burino', non è meglio mantenere uno standard che ti garantisce nel tempo continuità di lavoro e risultati soddisfacenti che, in questo bellissimo mestiere, non sono dati solo dal far cassetto a tutti i costi?!



Le specialità di **pesce**
come non le avete mai provate

BERNARDINI
GASTONE

Tutto il sapore della **carne**
in prelibate bontà





Benhur Tondini
presidente sala&cucina

benhurtondini@salaecucina.it

L'estate sta finendo ma... si può sempre migliorare

Clicca e leggi l'articolo sul web 

Scrivo questo redazionale da una spiaggia meravigliosa di una località turistica italiana in una giornata non troppo affollata perché ventosa, di fine estate a ridosso dell'inizio scolastico e quindi agli sgoccioli.

Per deformazione professionale nel tempo della vacanza ho pranzato, cenato con amici in locali di diversi livelli, dalla pizzeria tradizionale al locale che ha ottenuto notorietà partecipando a trasmissioni televisive... pur classificandosi al terzo o quarto gradino della classifica finale.

Da presidente della rivista non mi sono astenuto nel fare domande ai titolari e agli operatori della ristorazione per carpire le loro sensazioni dell'andamento dell'annata 2024 che, a quanto pare, si conferma molto buona ma con delle flessioni al ribasso dovute al tempo, al potere di acquisto delle famiglie che, come apparso in un articolo del Sole 24 ore del 28 agosto "Servizi e bollette bruciano il reddito per i consumi", sta incidendo nell'andamento dei fatturati.

Tutto questo implica una difficoltà, che esiste da sempre nel mondo della ristorazione, che pesa sulle capacità imprenditoriali del settore: l'imprevedibilità, le situazioni con un elevato tasso di variabilità che mettono in discussione qualsiasi strategia che il ristoratore cerca di pianificare. E queste variabili evidenziano come sia complesso questo lavoro.

Bene... Premesso tutto questo però vorrei invitare tutti i nostri lettori a condividere il magazine Sala&Cucina con tutti i colleghi ristoratori e non che conoscono, al fine di sensibilizzarli ancora una volta sull'importanza della sala... del servizio in sala, dell'accoglienza, perché in tutti i locali che ho frequentato la qualità è stata veramente al di sotto delle aspettative, evito di elencarvi le mancanze a volte lievi e a volte molto gravi.

Mi immedesimo nelle migliaia di turisti presenti ancora oggi nel nostro bel Paese che dal nord al sud hanno il piacere di degustare piatti e pietanze che il mondo intero ci invidia (oltre naturalmente al territorio, alla storia all'arte, alla cultura..); sono sicuro che resterebbero maggiormente colpiti e impressionati positivamente se chi li accoglie alzasse l'asticella dell'accoglienza! Elevando di conseguenza anche il Rating nazionale.

Confermo assolutamente che siamo un'eccellenza mondiale, ma non svolgerei correttamente il mio ruolo se non rivolgersi un appello finale a tutti gli operatori della ristorazione a porsi, come obiettivo nel futuro prossimo, una riflessione seguita da azioni per un miglioramento continuo e costante non solo nelle pietanze ma anche nell'accoglienza e nella gestione della sala.

Uno spunto può essere preso proprio dalla copertina di questo numero e dall'intervista che ne segue, fatta a una signora - Carla Cantamessa - che, invece, alza l'asticella del servizio di sala e fa alcune riflessioni che sono molto utili.



Carla Cantamessa

Sensibilità, empatia, curiosità sono le parole chiave per la professione di sala



Carla Cantamessa

Autore: Luigi Franchi

www.rcgroup.online

Non so se credete alla casualità della vita ma quest'intervista non sarebbe mai avvenuta se avessimo scelto un posto diverso dove fermarsi a pranzo, se invece di scegliere la cantina avessimo scelto di sederci all'aperto e se al posto di **Carla Cantamessa** ci avesse accolto un altro cameriere al nostro tavolo.

Fatta questa premessa la città in questione è Aosta, il locale un bistrot, o meglio un bar à fromage, con annessa bottega gastronomica dove troneggia un bellissimo banco con ottanta tipologie di formaggi, il nome del locale: **ErbaVoglio Anselmo**.

Ed è un nome che ha una coerenza visto che il proprietario, **Stefano Lunardi**, anche e soprattutto affinatore di formaggi, sale sulle malghe e sceglie i pascoli da cui provengono le erbe che mangiano gli animali per dare il latte dei suoi formaggi.

Bene, in questo locale, molto curato, con tavoli ben distanziati, musica giusta che arriva da un giradischi dove si può scegliere quale musica ascoltare, piatti semplici ma decisamente gustosi, abbiamo avuto la fortuna di essere accolti e serviti da Carla: una donna che ci ha raccontato ogni più piccolo particolare di ciò che stavamo mangiando, dalle trote di Morgex alla selezione di formaggi affinati da Stefano, fino alla tipologia di vino che ci era stato proposto, dimostrando **una competenza e una passione strabilianti**.

Non poteva che essere lei la protagonista dell'intervista che ospitiamo in ogni numero e che determina anche la copertina della rivista. Glielo comuniciamo e lei viene sopraffatta da un'autentica emozione. Passa qualche giorno e avviene la chiacchierata telefonica per l'intervista che supera abbondantemente l'ora dedicata, ma crediamo che le cose che ha detto valgano la pena di essere condivise con tutti voi, per sincerità e originalità.

Partiamo dalla tua storia Carla...

“La mia storia professionale ha inizio 37 anni fa in una caffetteria di San Salvatore Monferrato, che si chiamava Bubble Bar. Dai semplici lavori che si svolgono dietro al banco di un bar, capendo che quello che facevo mi piaceva molto, sono passata alla mixology e alla gestione dei flussi, non solo di persone ma anche di cassa. Da quell'esperienza parte tutto; l'incontro con le persone, la cura dei dettagli, l'accoglienza diventano il mio grande amore. Il proprietario di quel bar era un grande professionista, gli scontri con lui erano frequenti ma da quelle discussioni uscivamo entrambi con una aumentata stima reciproca e con qualcosa di nuovo che avevamo imparato. Per me è stata una vera scuola dove ho capito la cosa più importante per questa professione: l'ascolto. **Saper ascoltare è una delle cose più difficili e belle che esistano**. Capire le persone da come si pongono svela tantissime cose. Mio fratello Andrea, che era un grande chef, vedendomi così presa da questo lavoro, a un certo punto mi ha chiesto di andare a lavorare con lui. Faceva le stagioni nei grandi alberghi e io lo raggiunsi a Cortina d'Ampezzo dove incontrai un altro grande maestro, un direttore di sala dai modi forse un po' rudi ma che andava dritto al punto, facendoti capire come ci si doveva muovere in sala e quello è stato il momento in cui ho capito che avrei fatto questo per tutta la vita. Nel frattempo, però, mi iscrissi anche all'università: scienze economiche con indirizzo turistico-amministrativo. Lo ritenevo necessario per il mio sogno di allora: diventare direttore d'albergo. Un sogno infranto dall'arrivo di mio figlio Edoardo, a quel tempo, e ancora oggi in molti casi, era difficile conciliare le due cose ma non sono affatto pentita di aver scelto la maternità!”





Uno scorcio de l'Erba voglio



Da quel momento come è cambiata la tua vita?

“Hai scelto il termine giusto: cambiare. A me piace molto cambiare, amo lo stimolo del nuovo, del non conosciuto, che mi ha sempre portato a scoprire cose nuove di me, a credere che basta volere, anche le cose più difficili, e ci si riesce. Quando Edoardo è diventato più grandicello ho continuato la collaborazione con mio fratello, l’ho seguito in Inghilterra, in Francia, negli Stati Uniti per poi tornare da dove è cominciato tutto: nel Monferrato. Aprimmo alcuni locali e una società di catering e Andrea mi chiese di dare una mano anche in cucina; per me è stata una grande esperienza formativa, solamente andare a fare la spesa è sufficiente a capire cosa significa gestire una cucina di qualità, **a toccare con mano la complessità e la bellezza di gestire un ristorante nel suo insieme.** Poi ho iniziato a sovrintendere agli antipasti e ai dolci in maniera autonoma fino al 2013 quando mio fratello ha lasciato la vita, per malattia. Entrare in quei locali dove avevamo condiviso tutto per me diventava insopportabile così ho venduto tutto e ho ripreso a lavorare in sala, ancora a Cortina con Ferruccio D’Antone, uno dei mentori di mio fratello, poi qui in valle, a fare il direttore di sala a Courmayeur al 4810 food con il patron Enrico Grivel, discendente di una famiglia storica di alpinisti”.

Veniamo ad oggi. Nel nostro incontro hai dimostrato una passione e un legame con il locale e i suoi prodotti che pareva ne avessi un coinvolgimento diretto ma, come sappiamo, non è così; cosa ti porta ad avere un atteggiamento così positivo?

“Cominciare, grazie a mio fratello Andrea, a fare la spesa per il ristorante non è un fatto banale perché capisci la visione che ogni cuoco o ogni patron ha del suo locale. Se il tema è fare cassetto c’è un approccio puramente eco-

nomico, cosa mi conviene, cosa costa meno. Se invece la visione è quella di valorizzare il territorio che stai vivendo in quel momento e, pur attenti al ritorno economico, far conoscere agli ospiti quello che di veramente buono c’è in quel luogo allora cambia tutto. Se ciò che vi ho servito non fosse stato così eccellente non saremo qui a fare questa bella chiacchierata, non avrei ricevuto la tua telefonata, ma la domanda è: quante persone capiscono questo lavoro di ricerca?!”

Per lavorare in sala, per fare il cameriere serve una scuola, un corso di formazione dedicato? Oppure si impara sul campo, conoscendo almeno un paio di lingue?

“Tutto fa, nel senso che è giusto che ci sia una scuola, una formazione seppur teorica, ma da quello che vedo, soprattutto negli ultimi anni, c’è stato un appiattimento. La carenza che ho notato nei corsi di studio per la sala è che non esiste un approccio alla conoscenza di un territorio. E poi dico anche che se non sei portato per questo lavoro, se non c’è la passione come ingrediente fondamentale il servizio diventa freddo e distaccato. Sensibilità, empatia, curiosità sono le parole chiave per questa professione e i corsi, purtroppo, ne tengono pochissimo conto. Quello che è davvero necessario è trovare sul percorso di ognuno una persona che sappia trasmetterti quelle parole chiave”.

Questa professione di sala non è delle più preferite al giorno d’oggi, eppure in una sala molte volte sembra di essere al centro del mondo e tu ne sei la dimostrazione. Si parla tanto di cambiare nome al cameriere, ma non credo che sia quella la ricetta giusta: quali consigli ti senti di dare?

“Il consiglio principale è di affrontare ogni giorno con la voglia di imparare. Quello che vedo al giorno d’oggi, non da parte di molte persone, è l’atteggiamento di supponenza di chi sa già tutto, ma non può essere così. Riuscire a capire l’ospite da come si siede a tavola, dal tono della voce, dai gesti è un lavoro che richiede anni di esperienza. Guardare, osservare, ascoltare con tutta te stessa è un aspetto fondamentale per questa professione. L’altro è la proprietà di linguaggio che è necessaria per poterti relazionare con qualsiasi persona e, da questo lato, purtroppo, vedo un analfabetismo culturale che è molto preoccupante”.

Parte del problema non può derivare anche dalle pretese un po’ assurde, a volte arroganti, degli ospiti? Penso alle intolleranze a volte presunte che creano solo problemi in cucina, oppure ai ritardi non comunicati, alle cancellazioni in ritardo o addirittura ai cosiddetti no show. Sono tante le difficoltà che fanno passare la voglia...

“Questo è sicuramente un argomento importante, le intolleranze vere vanno rispettate ma quando sento dire ‘io sono intollerante all’aglio’ mentre l’aglio non dà nessuna allergia mi deprime. Non so se pensano che dicendo questo abbiano diritto a una maggior attenzione ma non è così. Questo dimostra quanto è necessaria l’informazione. Sul fatto che tutti questi problemi possano far dissuadere i giovani non lo credo perché questa situazione la vedi mentre la vivi in diretta. Il tema vero è che ci sono, purtroppo mi tocca dirlo, datori di lavoro che considerano i dipendenti come ‘schiavi’ da utilizzare al 3.000 per

cento senza dover dare i giusti compensi. Ed è un problema anche il fatto che un ragazzino che arriva in stagione viene pagato come un professionista che da trent’anni fa questo mestiere”.

Una volta era il ristoratore a scegliere lo staff, oggi è il lavoratore a scegliere il locale. Tocca al locale rendersi appetibile. Ma quale linguaggio nuovo occorre adottare per motivare un giovane che vuole iniziare?

“Occorre una comunicazione chiara, il progetto deve essere immediatamente comprensibile. Poi deve essere un locale di tendenza, grande quel tanto che permetta di avere una rotazione per fruire di un giorno di riposo al sabato o alla domenica a rotazione”.

Nuove strategie, nuove dinamiche di mercato, la crisi climatica, i robot che sostituiscono le persone, la crisi demografica di cui non si parla mai abbastanza: argomenti grandi che, a volte, si preferisce non affrontare ma che cambieranno il volto del mondo nei prossimi cinque/dieci anni: tu come ti vedi in questo scenario e come vedi, più in generale, il futuro della tua professione?

“Hai ragione, arriveranno persone che non conoscono il territorio e il rischio sarà quello di un appiattimento se non saremo in grado di formare persone consapevoli e questo è l’impegno della scuola e dei datori di lavoro. Senza questa condizione la ristorazione finirà, diventerà una semplice mensa con il robot che ti porta il piatto al tavolo. Da parte mia spero di essermi già ritirata nel mio giardino bucolico!”



cateringgross

FOOD

SUMMIT

8 novembre 2024
Palacongressi - Rimini

L'incontro serve per far conoscere le novità nel settore del fuori casa alle aziende di distribuzione che, oggi, rivestono anche un ruolo consulenziale per i clienti ristoratori e pizzaioli e, di conseguenza, devono essere sempre aggiornatissime sulle tendenze.

www.cateringgross.net



Rocco Cristiano Pozzulo
Presidente nazionale FIC

Ancora insieme in prima linea per la cucina italiana nel mondo

Clicca e leggi l'articolo sul web



Ne avevamo già scritto nei mesi scorsi ma ogni anno, in occasione della nuova edizione della **Settimana della Cucina Italiana nel Mondo**, è sempre un piacere tornare a parlare del grande impegno che anche la nostra **Federazione Italiana Cuochi** mette in campo per la migliore riuscita dell'iniziativa. Un gran lavoro di squadra, a cui anche noi siamo chiamati dalle Istituzioni nazionali a partecipare e che abbracciamo con entusiasmo. Un anno fa, proprio da queste pagine annunciavamo la nuova convenzione stipulata tra FIC e il **Ministero degli Esteri**, con l'intento di dare una marcia in più alla valorizzazione e alla diffusione delle nostre tradizioni gastronomiche secolari oltre i confini nazionali. Un'altra sfida aggiunta con consapevolezza alla già fitta agenda della nostra Federazione.

Il concetto che abbiamo ribadito in quella occasione, e che ricordiamo ogni anno, è il forte impegno quotidiano che da sempre Federcuochi spende per raggiungere tale obiettivo, grazie a un lavoro capillare e meticoloso svolto dai **nostri associati in giro per il mondo**, che si aggiunge all'ulteriore lavoro dei brillanti e apprezzati Chef che indossano le nostre divise, chiamati dall'Italia a intervenire nelle numerose ambasciate e sedi italiane all'estero con dibattiti, cooking show, convegni con al centro sempre la cucina del nostro Paese.

In questo 2024, la Settimana della Cucina Italiana sarà celebrata in tutti i Continenti dal 16 al 22 novembre e sarà la IX edizione. Si appresta, dunque, a celebrare l'anno prossimo il suo decennale e possiamo già immaginare quale sarà l'atmosfera di grande festa e di partecipazione. Ma soprattutto, il dato che riteniamo più rilevante è che la nostra cucina continui ad affermarsi come quella maggiormente apprezzata a livello internazionale. Un dato di cui dobbiamo essere fieri testimoni.

Anche quando, poi, accenniamo all'importante gioco di squadra che viene messo in campo, è bene ricordare quanto tale aspetto sia strategico. I Cuochi, infatti, sono sì gli ambasciatori dei nostri sapori e interpreti migliori delle nostre ricette, ma nulla potrebbero se a loro disposizione non ci fossero le pregiate materie prime che caratterizzano tutta la produzione italiana, da nord a sud, dalle tradizioni locali a quelle regionali, dai singoli piatti di una piccola provincia a quelli simbolo di intere comunità (pensiamo alle tradizioni montanare e dell'arco alpino; ai piatti a base di pesce nelle migliaia di chilometri di costa italiana; alle ricette delle nostre isole; alle tradizioni campagnole; alle ricette di fiume e di lago; fino allo sviluppo che ha intrapreso la ristorazione nel contesto delle grandi metropoli, con la sua variegata offerta, turistica e non...).

Una scommessa, pertanto, che riguarda anche le nostre **aziende agricole**, i nostri **produttori** grandi e piccoli, con le tantissime **varietà agroalimentari** che caratterizzano il paniere italiano, per di più in un contesto delicato e strategico, come quello del Mediterraneo, che caratterizza appunto la stessa apprezzatissima **Dieta Mediterranea**.

A tutto questo si aggiunga infine, ma non certo ultimo come ordine di importanza, il forte impegno che continua a spendere ogni giorno la nostra **Nazionale Italiana Cuochi**, chiamata ancora una volta a intervenire in nuovi prestigiosi appuntamenti con le competizioni internazionali. Un impegno di cui beneficia ogni giorno tutto il comparto della cucina italiana.

**SOLO I MIGLIORI CHICCHI
DELLA GRANDE TRADIZIONE MANTOVANA,
IN ESCLUSIVA PER I VOSTRI CLIENTI.**



RISO
Nuvola

—== ECCELLENZA ITALIANA ==—

www.risonuvola.com



Lorenzo Dornetti
ceo Neurovendita

Il tuo locale supera il test della divisa?

Clicca e leggi l'articolo sul web



Nel settore della ristorazione, l'esperienza del cliente è determinata da una molteplicità di fattori, che vanno ben oltre la semplice qualità del cibo. Spesso ci si concentra sugli aspetti più tangibili, come il menu e l'arredamento, trascurando dettagli cruciali per il successo di un'attività. Tra questi, la cura della divisa del personale gioca un ruolo essenziale. Benché possa sembrare un elemento secondario, la divisa rappresenta un vero e proprio strumento di comunicazione visiva e ha un impatto sulla percezione del cliente rispetto alla professionalità del ristorante e alla qualità del servizio. Lo psicologo Dooley ha studiato come la divisa influenzi il comportamento del consumatore. La divisa crea un effetto alone, che determina un impatto su tutta l'esperienza che il cliente vivrà nel locale. La divisa è il primo punto di contatto visivo del cliente con il personale del locale. Il 33% del cervello si occupa di visione, quindi un abbigliamento curato, pulito e coerente con lo stile del ristorante trasmette un messaggio di professionalità ed ordine. Una divisa impeccabile contribuisce a far percepire il ristorante come un luogo dove l'attenzione al dettaglio è priorità. Oltre all'impatto visivo, la divisa ha un valore simbolico all'interno del contesto lavorativo. Contribuisce a creare senso di appartenenza tra i membri del personale, rafforzando il concetto di squadra. Un team che indossa una divisa omogenea si sentirà più unito e consapevole del proprio ruolo. La divisa, quindi, non è solo un simbolo esterno di ordine e pulizia, ma ha un'influenza sulla motivazione del personale, contribuendo ad un servizio più efficiente e cordiale. Un altro aspetto cruciale della divisa nel settore della ristorazione è la coerenza con il brand del ristorante. Il design e lo stile della divisa devono riflettere l'atmosfera e il posizionamento. Questa coerenza tra l'immagine visiva del personale e l'identità del locale crea un collegamento emotivo per il cliente, facilitando il ricordo nel tempo. La scelta dei

colori della divisa gioca un ruolo centrale. Il rosso produce un effetto emotivo stimolante, rappresenta il lato positivo della potenza e della passione. L'arancione è il colore ideale per rappresentare il nuovo che arriva, la felicità, la voglia di sperimentare. Fra tutte le sensazioni derivate dai colori, quella che si ricava dal blu consiste in una profonda pacificazione, un sentimento di sicurezza. Il verde, specie quando è scuro come il colore degli abeti, ha valore di stabilità e persistenza. Il nero è il tratto della maestà e solennità. Se i colori sono associati a delle specifiche sensazioni, non bisogna dimenticare che i loro significati sono fortemente ancorati al sesso, al gruppo etnico di appartenenza e all'età dell'individuo. È interessante notare come cambia il significato attribuito al rosso al variare dell'età. Mentre i giovani attribuiscono sensualità, i settantenni associano pericolo. In conclusione, la divisa nel settore della ristorazione non è un semplice indumento, ma un vero e proprio strumento di comunicazione e differenziazione. In un mercato dove l'esperienza del cliente è il principale fattore di successo, trascurare la cura della divisa rappresenta una mancanza che incide negativamente sull'immagine del locale. Un ultimo dettaglio. La divisa deve riportare il nome di battesimo di chi la indossa. Riportare il nome rende l'esperienza più relazionale. I clienti possono chiamare per nome il personale. Si rende la comunicazione più diretta e relazionale. Molto negli anni si è migliorato, ma basta entrare in molti locali per vedere quanto la cura della divisa lasci a desiderare. Un recente report di OMR Global ha stimato che oltre il 40% delle attività Ho.Re. Ca. non pone attenzione all'aspetto della divisa, con ricadute significative sull'esperienza del cliente.

*fingerfood
revolution*

READY TO FILL



**I vantaggi del
fingerfood edibile sono tanti:**

- nessun costo di smaltimento
 - non inquinano
- occupano meno posto in magazzino
- necessitano di minor servizio
 - sono più originali
- sorprendono e divertono il cliente
 - soddisfano il gusto e la vista

Prodotti Base Edibili pronti per essere farciti



ICE WER ha sviluppato una linea di Fingerfood "rivoluzionaria" composta da **più di 100 referenze**.

Tradizione, innovazione, texture diverse, forme originali, colori naturali,

danno vita a contenitori pronti per essere riempiti di bontà e bellezza nel rispetto dell'ambiente.

Il Fingerfood ICE WER si adatta perfettamente ad un **aperitivo**, ad un **rinfresco**, può fare da

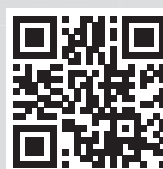
entrée e/o da **antipasto** e in alcuni casi sostituire un **pranzo veloce**...



ICE WER srl

Tel: +39.0438.38067 - info@icewer.com

www.icewer.com



Gusto e responsabilità civile e penale

Clicca e leggi l'articolo sul web



Francesco Parrotta
Avvocato specializzato in
diritto penale alimentare

Il ristoratore e, in generale, chi produce, manipola e distribuisce gli alimenti sono chiamati ad avere una cura particolare nei confronti degli alimenti. Il motivo è ovvio, perché si entra in contatto con la sfera tutelata della salute pubblica. A volte, però, molti dei suddetti operatori sono concentrati nel rispettare le indicazioni impartite loro durante i corsi, solo per essere pronti a giustificare il proprio operato dinanzi agli ispettori di PG (polizia giudiziaria) che effettuano le ispezioni. La possibilità di soddisfare le richieste degli ispettori di PG non deve essere il fine ultimo di un'attenta disciplina sui luoghi di lavoro, ma solo la conferma che il proprio operato è in linea con un sentito rispetto della salute altrui. In particolare, bisognerebbe applicare il semplice giochetto di invertire i ruoli (e cioè: il ristoratore diventa il cliente) e porsi la seguente domanda: *“Se io fossi il cliente comprerei alimenti acquistati, conservati, manipolati, sofisticati nel modo da me scelto?”*. Se la domanda rivolta in modo inter/persone creasse dei dubbi, allora sarebbe il caso di valutare bene se si è in linea con i giusti valori di responsabilità nei confronti del rispetto della salute altrui.

Cosa è opportuno che l'operatore di una qualsiasi attività legata agli alimenti faccia al fine di dimostrare, in modo chiaro e granitico, la sua buona fede nella gestione corretta dell'impresa? Beh, innanzitutto organizzare un facile organigramma all'interno del quale sono riportati i nominativi di tutti coloro che collaborano. Inoltre, deve essere predisposto un opportuno schema, con tutte le funzioni che ciascuno è stato chiamato a svolgere, in modo dettagliato e non equivoco. Le aziende con molti dipendenti si affidano a tecnologici sistemi di gestione, ma un valido sistema di gestione potrebbe essere il risultato di una opportuna ed equilibrata consulenza da parte dei professionisti della qualità. Ricordiamo sempre che tutti i consulenti che propongono i loro servizi per le aziende, vincolano il loro rapporto professionale di lavoro con un contratto, all'interno del quale è riportato esattamente l'oggetto della prestazione, le modalità ed i tempi della sua esecuzione. Il servizio di consulenza ha un valore

aggiunto per l'impresa, ma è anche necessario che venga individuato all'interno dell'impresa un soggetto che si occupi del controllo dei servizi erogati da tali professionisti. Chi decide di valorizzare la propria impresa, esaltando il principio della qualità, deve essere consapevole che il vangelo circa il concetto di qualità è riportato nella normativa ISO. Il giusto approccio verso la qualità, dopo aver avuto l'intuizione o idea imprenditoriale, è quello di affidarsi nelle mani dei consulenti che hanno un'effettiva conoscenza della normativa ISO e di procedere nella implementazione quotidiana delle procedure. Le procedure sono il risultato della prassi e del giusto confronto con il consulente della qualità. Infatti, quando queste hanno superato la prova dei rischi e degli eventuali errori, non impattando eccessivamente il regolare svolgimento dell'attività, vuol dire che si è raggiunto il livello di buona pratica pronta per essere cristallizzata nel documento di autodisciplina.

L'imprenditore, in genere, e, in particolare, chi opera nella ristorazione non è un giurista e quindi può capitare che si ignori la differenza tra responsabilità civile e responsabilità penale. Capita spesso, infatti, che il semplice adempimento contrattuale della polizza assicurativa, ponga erroneamente l'operatore in una posizione di tranquillità. Ma non è così, perché eventuali suoi errati comportamenti, oltre a provocare danni civili, potrebbero anche comportare la commissione di reati penalmente perseguibili. Essere imprenditori non è un mestiere facile, perché i rischi non sono sempre di natura patrimoniale ma anche penale. Ciò che è necessario fare è dimostrare in modo non equivoco che si è fatto tutto quanto è possibile per evitare il pericolo, attraverso un'attenta gestione del rischio che solo diligenti e scrupolosi professionisti della qualità possono suggerire di evitare.

Se, quindi, il gusto e la qualità costituiscono elementi essenziali dell'attività alimentare, è compito di tutti i soggetti dell'organizzazione che svolge tale attività di prevenire i rischi che mettono in dubbio la sua credibilità.



Noleggio

**E' il momento perfetto
per progettare insieme il tuo futuro:
preparati ora per affrontare
al meglio le calde giornate
della prossima estate!**



I nostri contatti

tel. +39 011 958 8365

email info@svnoleggio.it



www.svnoleggio.it

Le nuove leve della cucina per una nuova e alternativa visione dell'olio



Luigi Caricato
oleologo

Clicca e leggi l'articolo sul web



Confesso che non sono un frequentatore di giovani chef, ed è di sicuro una mia lacuna, che dovrò presto colmare. Dopo ben sette edizioni del Forum Olio & Ristorazione, che ho organizzato per Olio Officina, è il caso davvero di puntare sui giovani chef, anche perché sull'olio da utilizzare in cucina e in sala occorre un decisivo cambio di passo rispetto al passato. Il fatto, però, è che diventa anche difficile capire cosa si intenda oggi per "giovane chef". Qual è l'età in cui si è professionalmente giovani? A ben pensarci, non è un Paese per giovani l'Italia. E anche questo aspetto, dell'età anagrafica che non coincide con l'età professionale, deve farci riflettere. Un giovane aspirante chef quando entra di fatto nel pieno del suo ruolo, con poteri decisionali adeguati? Da parte mia ho sempre creduto nei giovani, perché apportano novità, introducendo un nuovo linguaggio. Possono anche commettere errori, ma a questi si rimedia. Ciò che conta è la freschezza delle idee, le quali però vanno messe in atto. Proprio per questo credo sia bene puntare sulle nuove leve, metterle subito alla prova in cucina, ma dando loro della chance concrete. C'è uno chef in particolare che seguo da tempo, il messinese Antonio Minuti, oggi anche patron a Taormina di "Ethica. Chef's table and garden", non un ristorante come tanti altri, ma un *casual fine dining*, come lo stesso chef ama definirlo. Lui ha 27 anni, e insieme con il restaurant manager e gran cerimoniere Enrico Stracuzzi nel settembre 2023 ha aperto un proprio locale al fine di evitare che le sue idee, la sua visione di cucina e di mondo venissero ridimensionate, alterate o compromesse dalle imposizioni della proprietà del ristorante. Per lui l'attenzione per l'olio risiede tutta nella centralità del territorio, diventando così un elemento protagonista sia nelle varie portate, sia in accurate mini-degustazioni, sia quale saluto di benvenuto attraverso gustose *amuse bouche* oliocentriche. La concezione del locale è ori-

ginale. Chef's table da undici posti, per avvicinare gli ospiti alla brigata e farli assistere in presa diretta ai lavori della cucina, mentre si assembla e si impiatta, fino anche al momento del racconto dei piatti. Non è affatto facile far percepire il valore dell'olio, con la sua complessità e unicità, agli stessi operatori del settore. C'è come un limite irrisolto, in molti ristoranti, i quali continuano a vedere nell'olio più la voce del costo che grava sul budget anziché l'opportunità e i vantaggi che gli oli arrecano. E così, ora che Antonio Minuti è egli stesso patron di un ristorante, nella sua veste di chef non pone alcuna barriera all'ingresso. Quel che vale, è la qualità della materia prima, la sua poliedricità e versatilità. Attualmente attinge a oli monovarietali Nocellara dell'Etna, Biancolilla e Ogliarola messinese, e ad alcuni blend di Nocellara dell'Etna e Tonda Iblea certificati Igp Sicilia. Le scelte sono tutte a vantaggio del territorio, anche se non si dimostra affatto chiuso all'impiego di altri extra vergini, e vengono fatte in funzione dei risultati che si vogliono ottenere, non in ragione del risparmio sul prezzo. A Taormina, da "Ethica. Chef's table and garden", si vive un'esperienza immersiva e multisensoriale, e il menu è dinamico e rispettoso della stagionalità. Se ci fossero giovani chef che volessero raccontarmi la propria personale esperienza con gli oli, io sono pronto ad accoglierla con curiosità e, mi auguro anche, con stupore. Il talento va coltivato, ma ci vuole anche tanta creatività. Quando si dice giovani chef, infatti, non basta la parola: occorre anche prendersi l'impegno di seguirli e sostenerli.

AU
TH
EN
TIC

food passion



Tutti i migliori ingredienti più uno...
la nostra autentica passione

Rispetto per la stagionalità delle materie prime, "dalla terra in cucina", dalla raccolta alle preparazioni sapienti, prodotti gustosi e freschi direttamente nelle tue mani. Un'attenta selezione di funghi, carciofi, pomodori, peperoni e altre specialità conservate in innovative confezioni... **questo è il segreto di Demetra perchè ogni pizza diventi straordinaria.**

WIBERG
OFFICIAL DEALER
ITALY FRANCE SPAIN

demetrafood.it





Claudia Ferrero

Digital Strategist & Evangelist

I robot nell'ospitalità: minaccia o opportunità?

[Clicca e leggi l'articolo sul web](#)


Sembrava impossibile e invece anche in Italia si iniziano a intravedere nei ristoranti e negli alberghi i cosiddetti robot di servizio, ovvero macchine progettate per coadiuvare il lavoro dei loro colleghi umani.

D'altronde molti imprenditori, sempre più schiacciati da inflazione, aumento del costo del lavoro e carenza di manodopera sono stati costretti a cercare soluzioni diverse per sopperire all'emergenza candidati e dare continuità al servizio.

Cosa fanno esattamente i robot di servizio e come vengono impiegati?

Quelli più avanzati possono **prendere le ordinazioni**, spostarsi in modo autonomo verso la cucina prelevare le pietanze e consegnarle al tavolo; finita la consumazione, possono caricare piatti, posate e bicchieri sporchi per riportarli al personale incaricato della pulizia.

I robot camerieri sono di vario tipo: possono avere una forma umanoide ed essere dotati di uno schermo o di una interfaccia vocale, integrando un assistente AI.

Ovviamente sono equipaggiati con videocamere e sensori IoT che consentono di mappare in tempo reale gli ambienti nei quali si muovono fluidamente e di rilevare eventuali ostacoli, evitando così di urtare oggetti o persone.

Quindi la domanda è: i tempi sono maturi per adottare un robot per il servizio ai tavoli oppure è pura fantascienza? Partiamo dai vantaggi che offrono: dal punto di vista economico un robot cameriere rispetto al costo della forza lavoro umana, è più conveniente (in media oggi l'investimento è di € 18.000 ma ormai è sempre più frequente il noleggio e il comodato in uso che comprende anche la manutenzione) considerando un costo lordo medio di oltre 20-21 mila euro l'anno.

Inoltre assicura una maggiore efficienza poiché è in grado di trasportare più carico in un solo viaggio e non è soggetto a stress, affaticamento o malattia.

Al tempo stesso libera il personale umano da incombenze meno importanti, così da dare la possibilità di dedicarsi a un numero maggiore di tavoli e clienti, aumentando la gratificazione e il volume di affari dell'azienda.

Tra gli svantaggi più evidenti invece, troviamo una certa reticenza da parte dei lavoratori, specialmente nelle categorie meno qualificate, che vedono i robot come temibili concorrenti più che come un supporto utile ai loro doveri quotidiani.

Lato cliente poi, l'interazione non sempre è positiva, specie quando la macchina - se non è ben impostata o programmata - porta ad errori ed eventuali inefficienze operative.

Certo è che da questo punto di vista il cameriere umano resta ancora insostituibile. La comunicazione infatti è ad appannaggio degli esseri umani, capaci di comprendere l'extra verbale e le sfumature emotive.

Non dimentichiamo che flessibilità, empatia e capacità di interpretazione sono necessari per ottenere un servizio di qualità!

Concludendo possiamo dire che i robot fanno ormai parte di un processo di trasformazione più ampio del contesto lavorativo generale, caratterizzato dal progresso dell'automazione e della tecnologia AI. Un fenomeno globale, inarrestabile e a quanto pare inevitabile.

Se indubbiamente i robot camerieri costituiscono una innovazione in grado incrementare la produttività ed aumentare l'efficienza delle attività, le aziende devono comunque ricordare che nell'ospitalità tutto deve essere impostato per soddisfare il cliente (sia interno cioè i collaboratori che esterno).

Coscienti che oggi non si va più in un hotel "per dormire" o al ristorante "per mangiare" ma per trascorrere un momento speciale o un'esperienza memorabile, umani e robot potrebbero forse convivere, a patto di rispettare questi importanti criteri.

**ZUCCHI**
1810

**Fritturista.
Perfezione,
non aria fritta!**

**FRT
TURI
STIA**



ALMENO IL **25%** DI UTILIZZO IN PIÙ
RISPETTO AD UN NORMALE OLIO DI GIRASOLE
ALTO OLEICO

ALMENO IL **50%** DI ODORE DI FRITTURA IN MENO
RISPETTO AD UN NORMALE OLIO DI GIRASOLE
ALTO OLEICO



Scopri tutti i dettagli su: www.oleificiozucchi.com, sezione HORECA.

fritturista





Il latte dall'antipasto a fine pasto

parte prima

Clicca e leggi l'articolo sul web 

Ferdinando A. Giannone

Biologo e Nutrizionista
Co-founder ARNAFOOD LAB

Quest'estate mi è stato chiesto spesso di dare il mio punto di vista sul latte e di come questo ingrediente possa essere utilizzato. Per me l'argomento latte è molto affascinante ma complesso e temo che in poche righe sia difficile parlarne in modo esaustivo ma possiamo almeno iniziare a trattare l'argomento. Il latte è un ingrediente "base" dalle mille sfaccettature sia nutrizionali sia gastronomiche, inoltre può essere trasformato in tantissimi altri prodotti che a loro volta diventano ingredienti versatili e interessanti in cucina.

Ma partiamo dalla sua definizione: "il latte è il prodotto di secrezione delle ghiandole mammarie delle femmine dei mammiferi. In particolare il latte alimentare è un liquido biologico opalescente con sapore dolciastro e odore delicato, di complessa composizione, derivante dalla mungitura regolare, completa e ininterrotta di mammiferi in buono stato di salute e di nutrizione" (definizione che risale all'inizio del secolo scorso, R.D. 9/5/29 n. 994 e successive modifiche). Per legge il termine latte da solo indica quello di vacca (*Bos taurus*) mentre per latte di altri animali occorre specificarne l'origine.

Dal punto di vista chimico-fisico si tratta di una dispersione acquosa (87-88 %) di molte sostanze:

- 4,5-5 % di zuccheri (principalmente lattosio), minerali e vitamine idrosolubili in soluzione
- 0,6-0,7 % di siero-proteine (β -lattoglobulina, α -lattoalbumina e altre proteine) in soluzione colloidale
- 2,4-2,8 % di proteine complesse (caseine) in dispersione
- 3,2-3,5 % di grassi (saturi principalmente e in parte insaturi) e vitamine liposolubili in emulsione
- microorganismi (batteri lattici principalmente) e cellule in sospensione

Inoltre la composizione del latte può variare in funzione non solo del mammifero (bufala, vacca, pecora, capra, etc.) ma di diversi altri parametri: fattori genetici (frisona, bruna, podolica, rossa, etc.), alimentazione (erba, fieno, insilati, mais, soia, cereali, etc.), fattori ambientali (stagione, temperatura, orario della mungitura, etc.), fattori tecnologici (tipologia di mungitura, etc.), stato fisiologico e sanitario dell'animale.

Proviamo adesso ad analizzare il latte e alcuni suoi derivati in base alle loro caratteristiche nutrizionali e gastronomiche e come si possano adattare alla realizzazione di alcuni piatti dall'antipasto al dolce.

Latte vaccino intero Macronutrienti: zuccheri 5% e grassi 3,5% (2,5% saturi); Gusto: dolce e tenue grasso

Burro Macronutrienti: grassi >82% (52% saturi) e proteine trascurabili; Gusto: grasso

Panna Macronutrienti: grassi >35% (24% saturi) e proteine trascurabili; Gusto: grasso

Mascarpone Macronutrienti: grassi 35% (24% saturi) e proteine 4-5%; Gusto: grasso

Robiola Macronutrienti: grassi >30% (22% saturi) e proteine 5-6%; Gusto: grasso

Stracchino Macronutrienti: grassi >20% (>15% saturi) e proteine >12%; Gusto: grasso e tenue acido

Mozzarella Macronutrienti: grassi >16% (>10% saturi) e proteine >16%; Gusto: grasso e tenue dolce

Parmigiano Reggiano Macronutrienti: proteine >32% e grassi <30% (<20% saturi); Gusto: umami e tenue grasso

Ricotta da siero (non è un latticino e neppure un formaggio) Macronutrienti: proteine >8% e grassi <6% (<4% saturi); Gusto: nessuno e neutro

Adesso provate ad immaginare l'utilizzo di questi ingredienti e che cosa possono donare ai piatti con i quali vengono realizzati. Iniziamo considerando l'utilizzo del latte vaccino come liquido nella preparazione di dolci o lievitati da forno o altre preparazioni dolci e/o salate e come incide dal punto di vista gastronomico, strutturale e nutrizionale. Inoltre valutiamo la sua sostituzione con bevande alternative vegetali (non si possono chiamare "latte") come la bevanda di soia (proteine >3%, grassi <2% e zuccheri 0%) o di avena (zuccheri >3%, grassi <1,5% e proteine <0,5%) o ancora la bevanda di riso (zuccheri >6,5%, grassi <1% e proteine 0%).

Quindi è importante conoscere le caratteristiche di un ingrediente, perché questo ci permette di utilizzarlo e/o sostituirlo al meglio... e la prossima volta approfondiremo gli altri ingredienti a base latte.



Café gourmand de l'osteria di Nando

L'IDEA

Clicca e leggi l'articolo sul web



Autrice: **Simona Vitali**

Il café gourmand fa la gioia del ristoratore e del cliente

Il piacere di trovarlo, a dire il vero poco, anche in Italia. Il caso de l'Osteria di Nando (AO)

Chi è quel goloso che nell'arco di un'incursione in Francia, alla fine di un pranzo o una cena che sia in un bistrot o una brasserie chic, non si fa tentare - anche se è sazio - da una voce in carta che recita "café gourmand"? Quel caffè, accompagnato da una piccola selezione di almeno tre mini assaggi di dessert fra quelli proposti in menu oppure fatti appositamente (dai classici della pasticceria- come creme brûlée, muosse al cioccolato, choquette, torta- ai dessert più innovativi), suona in modo diverso rispetto alla scelta di un dessert "classico", alla coscienza di chi non ha lesinato con le portate precedenti.

"Qualche piccolo assaggio goloso, funzionale al caffè - che a quello non si rinuncia - non sarà poi la fine del mondo!" ci si dice per rassicurarsi.

Una **trovata geniale** che in Francia, dov'è nata negli anni '90, sta vedendo molta diffusione, per la gioia





tanto dei ristoratori, che in larga parte (70%) l'hanno acquisita nei propri menù, quanto dei clienti, che l'hanno adottata come soluzione ideale di fine pasto.

Storia di un'idea felice

Un'idea all'apparenza semplice, in realtà molto acuta, scaturita dalla mente fervida di **Bernard Boutboul**, presidente di Gira Conseil, società di consulenza specializzata in strategie di marketing e sviluppo nella ristorazione, dove ha fatto confluire tutto il suo sapere di appassionato buongustaio e fine conoscitore del mondo del cibo (nel suo curriculum trascorsi di cameriere e cuoco) con capacità di sguardo sul futuro del settore ("construisons la restauration de demain", costruiamo la ristorazione di domani, recita il motto di Gira conseil).

Ebbene, è l'inizio degli anni '90 quando Boutboul viene contattato dal direttore generale di una catena di ristoranti di pesce, **Hervé Gourlaouen di La Criée**, che **lamentava di non vendere abbastanza dessert** nei propri locali.

"E se facessimo - osserva Boutboul - come nei grandi ristoranti, dove a fine pasto, in concomitanza del caffè, i clienti vengono omaggiati di un piattino di dolcetti da condividere, con la differenza di servirli individualmente, facendoli pagare. Potremmo parlare di café gourmand..." Il direttore coglie immediatamente la bontà dell'idea. È settembre **1990** quando nei suoi locali viene servito **il primo café gourmand**, una trovata di marketing che nel corso degli anni si rivelerà di grande successo. È a partire dal 2010 che il fenomeno, che piace da subito ma si afferma lentamente, registra un'impennata. Nel 2014, da quanto riporta Boutboul, sono 320 milioni i café gourmand venduti in Francia. Oggi il **70% dei ristoranti francesi propone il café gourmand e un cliente su 3 lo ordina**, per un totale di café serviti che si aggira sui 350 milioni (secondo quanto riportato da Les Echos).

I motivi del successo del café gourmand in Francia

L'ordinare a fine pasto un café gourmand può avere diverse valenze:

- raccontare a sé stessi che si rifiuta il dessert, andando direttamente al caffè (inganno dei sensi di colpa)

- rappresentare un buon compromesso se non si riesce a scegliere il dessert (per gli indecisi)

- risparmiare tempo, in particolare in pausa pranzo (caffè e dessert mignon sono serviti contemporaneamente)

Lato ristoratore, scegliere di mettere in carta il café gourmand, dati alla mano, favorisce un incremento delle vendite e, soprattutto una marginalità alta, tant'è che fra ristoratori si dice che "Quando si fa un café gourmand non si perde mai" (Capital 2023). E, se l'offerta è pure originale e gustosa, si lascia nel cliente il buon ricordo giusto a chiusura del pasto.

Quando una "buona trovata" si trasforma in tendenza

Sono quasi 35 anni da che il café gourmand ha fatto la sua comparsa sulla scena della ristorazione francese, guadagnando terreno a falcate. Prova ne sono i **libri di cucina dedicati** e pure un **concorso**, Le trophée international du café gourmand, che si disputa ogni anno a **Vannes**, in occasione del Salon Chocolate et pâtisserie, a partire dal 2021 (edizione che ha visto la vittoria di un italiano **Tommaso Foglia**, allora executive pastry chef del San Barbato Resort Spa & Golf di Lavello). L'appuntamento per l'edizione del 2024, ora sotto l'insegna di **Mondial du café gourmand**, è per domenica 10 novembre.

Cosa succede in Italia. Il café gourmand dell'Osteria di Nando (AO)

Nel nostro Paese, nonostante la simpatia che in diversi nutrono per la formula del café gourmand, certamente come retaggio di bei ricordi d'Oltralpe ma anche per la sua insita piacevolezza, non è così facile imbattersi in una simile proposta (chi lo fa magari italianizza il nome con "caffè e pasticcini", "caffè dolce" ma, a nostro avviso, la vera magia sta nel nome originale, café gourmand). Tuttavia, quando accade di imbatterci - come nel nostro caso - è un sussulto, un piccolo motivo di gioia. L'inaspettato che si materializza, la scelta che non possiamo non fare, fossimo anche completamente sazi. Così è stato passando per **Aosta**, dove abbiamo scelto di cenare presso **l'Osteria di Nando**, per assecondare un desiderio di cucina di sostanza e genuina, tenuta ben salda da abili mani.

Al timone da ben 67 anni c'è la **famiglia Scarpa** che, capace di leggere il segno dei tempi, ha saputo reinventarsi - clamorosamente, è il caso di dirlo - passando, nel 2007, da una ristorazione da grandi numeri, peraltro gettonatissima, alla scelta di un piccolo locale da 25 posti con dehors, dove concentrarsi ancora di più sulla cucina del territorio, oggetto di qualche rivisitazione, con grande attenzione sulla qualità dei prodotti utilizzati. Fase che ha visto l'entrata in gioco di **Paolo**, figlio di Corrado e Franca, rispettivamente la cuoca e l'oste. È il 2015 quando nel tam tam dell'osteria si innesca una marcata "sfida" stagionale nel ricercare nuovi piatti da inserire in menu accanto a quel qualche fisso, intoccabile. Da qui il piacere di ritrovarsi ulteriore clientela, oltre a quella storica, che si appassiona nel seguire i cambi stagionali. È su quest'onda che scatta l'idea di inserire in carta il **café gourmand**.

"Nel corso delle nostre vacanze in Francia - ci racconta Paolo - il **café gourmand** ci ha sempre stuzzicato. Così a un certo punto abbiamo pensato di proporlo anche noi, come mix di 5 assaggi di dessert (il numero ci è stato ispirato da un piatto con giusto 5 spazi +1 per la tazzina) presenti in carta in quel momento ma pure storici (che prepariamo appositamente in versione mignon). Per chi lo desidera, possiamo sostituire il caffè con un bicchierino di passito valdostano o moscato d'Asti. Sono mamma e Fiammetta, una giovane e motivata cuoca diventata per noi come di famiglia, che se ne occupano. La composizione varia stagionalmente, a volte anche di settimana in settimana. Questo perché il proporre qualcosa di nuovo è stimolante anche per noi."

Le proposte di **café gourmand** dell'Osteria di Nando

Ma entriamo nel vivo delle proposte, tra strudel di mela e banana, bavarese al melone con coulis di anguria, cupoletta Sant'Orso (flan di cioccolato fondente, crumble di meringhe e crema pasticcera al caffè), tortino di noccioline e fico caramellato oppure, per fare un altro esempio, delizia di panna, pera al vino e cannella, armonia al cioccolato (flan al cioccolato, caffè e genepi su tre livelli), rothia (una stratificazione di crema al vino bianco, crostini al pane nero e un pizzico di cannella) e tortino di noccioline. Alcuni di questi dessert, come "armonia" e "delizia", sono stati creati a suo tempo (era il 2008) e oggi continuano a essere richiesti, poi ce ne sono altri, come il "rothia", che sono stati presi da vecchi libri di cucina della tradizione. La scelta di **proporre il café gourmand** comporta certamente il suo impegno ma, assicura Paolo, **è solo una questione di buona organizzazione**. "C'è un bel lavoro di preparazione alle spalle, per di più in un piccolo spazio, come quello della nostra cucina, e senza avere una figura dedicata" Quando c'è vitalità e voglia di fare il modo lo si trova. Sempre!



Paolo Scarpa, patron dell'Osteria di Nando

Quali effetti sortisce il **café gourmand** sui clienti dell'Osteria di Nando?

"Devo dire - osserva Paolo - che basta che uno solo faccia l'ordine per innescare **un effetto a catena** fra i presenti in sala. La vista di quel piatto così assortito risulta talmente allettante da indurre altri ordini. I primi a lanciarsi sono gli stranieri - i francesi in particolare - felicemente stupiti da questa sorpresa inaspettata. E quando arriva il piatto, colpiti dalla ricchezza esclamano: "C'est vraiment gourmand!". Gli italiani invece, quando non ne hanno conoscenza, non sanno a cosa vanno incontro, per cui è più facile che si lascino trascinare nel momento in cui vedono passare il piatto".

Una simile reazione si genera al passaggio del carrello dei formaggi, altra trovata felice e fruttuosa di cui abbiamo già parlato (in certe serate consente di realizzare il 30% dell'incasso).

Da inizio anno a oggi l'Osteria di Nando, fatto 100 di dessert, **ha venduto il 30% di Café gourmand**.

Sono 8 anni che perpetra questa iniziativa e questo dice già che ne sta valendo certamente la pena. Diversamente l'esperienza sarebbe stata stoppata.

Non abbiamo timore di prendere in considerazione una buona idea solo perché non è Made in Italy.



Autrice: **Giulia Zampieri**

Il nuovo twist di Trattoria al Sasso

Martino Granzon ci racconta il nuovo corso della storica insegna dei Colli Euganei. Tra 'ingredienti' insostituibili e variazioni sul tema

Quando ho raccontato la storia di **Martino Granzon** ad amici e colleghi ho raccolto mediamente questa risposta: "Ha avuto coraggio". Coraggio, un termine trito e ritrito di questi tempi (non me ne vogliano i miei interlocutori!) che purtroppo la comunicazione ha spesso svuotato di significato, declinandolo praticamente ad ogni situazione imprenditoriale.

Martino il coraggio l'ha avuto e ce l'ha davvero: decidere di rilevare una delle insegne più iconiche dei Colli Euganei per mettere in piedi un progetto personale, fare i conti con una clientela storica con-





solidatissima, e con il legame affettivo con i precedenti gestori, è una sfida davvero non alla portata di tutti.

Ma no, qui, riportandovi la sua intervista, non parleremo di coraggio: oggi anche averne da vendere non basta. Per far girare un locale ci vogliono idee, studio, fermezza, intelligenza, voglia e soprattutto tanta competenza. Attributi che Martino racconta ma non esibisce. Se non attraverso la cucina e le precise risposte che seguono.

Dall'istituzione al nuovo percorso

Partiamo dal principio. Trattoria Al Sasso è stata **dalla fine degli anni '80 meta per tanti avventori, appassionati di vino e per gli amanti degli angoli arroccati e silenziosi dei Colli Euganei.**

Un'istituzione a tutti gli effetti, fatta di piatti intramontabili, consuetudini stagionali, grandi bottiglie riposte in cantina, salette accoglienti e un grande portico dove in estate ci si gode una brezza a volte anche vigorosa che scende dalle colline.

Un punto fermo per tantissimi padovani e veneti, che tra questi rilievi trovano rifugio dalle città.

Lucio Calaon e Lorenza Dal Santo, il primo in sala e la seconda in cucina, erano i fari di questo indirizzo, la cui costituzione in realtà risale al 1954.

L'insegna è ancora oggi affissa dalla parte opposta della strada, di fronte al ristorante, che compare timidamente a un paio di curve dal centro di Teolo. Non balza all'occhio se non per la scritta "pollo fritto", appena sotto, che ricorda la specialità della casa, mai tramontata negli anni.

Non molto lontano da qui, scendendo verso la pianura, a Vo', è nato Martino Granzon, oggi trentunenne.

Dopo gli studi alberghieri Martino ha deciso di fare esperienza altrove. Prima a Londra, poi a Montecarlo con Ducasse, in Svizzera, quindi di nuovo in Italia. Come spesso accade, per chi lascia la terra natia per formarsi fuori, il richiamo delle proprie origini prima o poi bussa alla porta. Martino è tornato con l'intenzione di dedicarsi a un progetto vicino a casa, consapevole di quali fossero i limiti e i pregi della zona. Venuto a conoscenza dell'intenzione di Lucio e Lorenza di ritirarsi dal settore, ha deciso di affacciarsi.

"Avevo voglia di tornare qui. Questa è sembrata l'occasione giusta. Sono venuto Al Sasso per dei sopralluoghi, per capire che potenzialità c'erano. Ho trovato subito delle affinità con Lucio e Lorenza. Da quelle siamo partite per ragionare su un passaggio di consegna".

Piccoli passi, partendo dalle cose in comune

Come si rileva un'attività consolidata preservandone il nome, apportando novità ma anche garantendo familiarità ai clienti abituali?

Ce le racconta: "Il primo inamovibile aspetto che non doveva cambiare riguarda il numero di coperti. In qualsiasi stagione non superiamo i 40/45 ospiti. È una scelta dettata da due ragioni. La voglia di lavorare bene e di **garantire pace e tranquillità ai nostri clienti**, esattamente come hanno sempre fatto Lucio e Lorenza".

Il secondo caposaldo riguarda più strettamente la cucin-



na e la qualità delle materie prime.

“Le scegliamo per la qualità e non necessariamente per la prossimità geografica. A tal proposito abbiamo ritenuto opportuno mantenere in carta tre piatti che hanno contraddistinto Al Sasso. Sono il pollo fritto, la faraona di Bresse e le acciughe del Cantabrico servite con l’olio di un frantoio locale. Abbiamo apportato piccole modifiche solo per rendere questi assaggi ancora più vicini alla nostra idea di cucina. Il pollo fritto per esempio è stato alleggerito, rinfrescato da una marinatura con lime e zenzero e poi avvolto da una nuova panatura, a base di fecola. La faraona di Bresse, sin da quando l’ho assaggiata, è stata per me un piatto intoccabile, un prodotto straordinario di cui sono rimasto sorpreso, per la bontà e per la modalità di allevamento. Anche quella è rimasta salda, con qualche leggera modifica”.

L’interesse per il mondo del vino è l’altro grande protagonista che non si è fatto indietro in questo nuovo corso. “Lucio è sempre stato un conoscitore del mondo enologico e un’ampia fetta di clientela giungeva qui proprio per la certezza di trovare etichette interessanti, con una vasta collezione anche dall’estero. Con **Elia Tecchiato**, che è il nuovo responsabile di sala e sommelier, abbiamo voluto mantenere la centralità del vino offrendo una carta un po’ per tutti, ma soprattutto individuando bottiglie che ci rappresentano, che ci piacciono, insomma che beviamo anche noi”.

Come ci si scambia un locale quando di mezzo non c’è un legame familiare o un rapporto di lavoro continuativo? Come si fa a prendere in mano un’insegna che non ha mai chiuso senza peccare d’identità e coerenza?

“Per un certo periodo, circa quattro mesi, ho lavorato al fianco di Lucio e Lorenza, in cucina. Era necessario per capire le dinamiche, l’organizzazione, studiare eventuali cambiamenti, conoscere la clientela. Quel periodo mi ha permesso di “tarare” gli interventi, capire fino a dove potevo spingere e dove, invece, dovevo fermarmi. L’obiettivo non è mai stato copiare pari pari ciò che facevano loro. Sarebbe stato controproducente. Era necessario accompagnare la pagina voltandola lentamente, sfruttando il vantaggio di una clientela tendenzialmente già abituata all’approfondimento e alla ricerca. Il tutto ricordandosi che il cambio passo, la virata, doveva essere percepita dal cliente sin da subito”.

La tradizione, una patata bollente

Ricordo nitidamente le parole di Martino, a cena conclusa, prima che ci concedessimo questa conversazione più approfondita qualche settimana dopo. Si parlava della sua percezione del territorio e della cucina italiana. Non nascondo che da quei concetti è nata la voglia di costruire quest’intervista.

“Molti parlano di tradizioni, pretendono le tradizioni, si rifugiano nelle tradizioni. Credo invece che si dovrebbe scavare un po’ più a fondo. La mia regola è che **non si**

può reclamare una tradizione se alla base non c'è una tradizione vera da cui partire. Mi sono documentato molto, sia per dovere che per passione, sulle tradizioni gastronomiche che connoterebbero i Colli Euganei e ho trovato poco. Bisogna avere il coraggio di dirlo. Ci sono dei prodotti eccellenti, come gli asparagi di Pernumia, le erbe spontanee, ma tanti altri cibi spacciati per locali, o dati come esito di lunghe tradizioni, non lo sono. Bisognerebbe avere l'onestà di dire al cliente quando una materia prima non è del territorio, ma la si spaccia per tale e la si acquista altrove. A quel punto non c'è differenza con le nostre scelte di includere nel menu prodotti stranieri come le acciughe e la faraona di Bresse. E poi, bisogna fare i conti con quantità e disponibilità. I *bisi (i piselli ndr)* sono un ingrediente molto amato, anche da noi. Sono buonissimi ma non sono presenti in quantità sufficienti per stare a lungo nelle carte dei ristoranti locali. Crediamo sia ragionevole proporli quando ci sono davvero ed evitare forzature. Una forzatura per noi sarebbe anche, al momento, il menu degustazione: per me non dovrebbe contenere i piatti presenti in carta ma avere una sua logica di assaggio. Presuppone anche una squadra di sala numericamente più ampia per gestire correttamente il ritmo. Le mezze porzioni ci aiutano a fare assaggiare ai clienti che lo desiderano più piatti”.

Obiettivi

Parlare di obiettivi oggi è essenziale: navigare a vista non è una pratica che ci si può più permettere nella ristorazione. Per questo abbiamo chiesto a Martino quali propositi si è dato sin dal giorno di apertura.

“Il primo è fare funzionare questo ristorante intercettando le cose che fanno stare bene la clientela. A cominciare dal servizio, curato ma informale per davvero. Il

secondo è **creare una rete di collaborazione con produttori e altri ristoratori.** Nelle precedenti esperienze ho visto che è fattibile. Non si devono costituire delle nicchie, dei gruppi per pochi, ma creare delle occasioni di scambio che facciano crescere il territorio e la qualità dei ristoranti stessi. Per i nuovi è spesso difficile. Tutto parte concettualmente anche dal nostro esercizio quotidiano, quindi da una collaborazione dentro alle mura del ristorante. Tra me, Elia, Giulio che è con me in cucina e Sofia che si occupa della sala non manca mai il dialogo. Ognuno è libero di esprimersi, di valorizzare il proprio progetto, e gli altri ascoltano, così come dovrebbe essere in un rapporto sinergico con le altre realtà del territorio. Ci auguriamo che possa esserci una piccola evoluzione su questo fronte”.

Ci sono altre aspirazioni che Martino ci cita ma una ci rimane impressa.

“Amo questo lavoro perché non riesco a smettere di pensare. Non smettere di pensare significa evolvere, ma anche studiare: prodotti, tecniche, comunicazione, nuove frontiere”.

Ecco più o meno tutti gli ingredienti per il nuovo twist da Trattoria Al Sasso, già in carta al solito civico di Via Ronco a Teolo.

Trattoria Al Sasso

Via Ronco, 11
35037 Teolo (PD)
Tel. 049 992 5073





Solo se c'è il marchio è vero Grana Padano DOP.

**Scegli solo l'originale: Grana Padano,
il formaggio DOP più consumato al mondo.**

NATURALMENTE PRIVO DI LATTOSIO*

RICCO DI CALCIO ALTAMENTE ASSIMILABILE E DI PROTEINE AD ALTO VALORE BIOLOGICO.
BUONO E NUTRIENTE PER TUTTE LE ETÀ.



Un'emozione italiana.



*L'assenza di lattosio è una conseguenza naturale del tipico processo di fabbricazione con il quale si ottiene il Grana Padano. Contiene galattosio in quantità inferiori a 10mg/100g.



LA FORMAZIONE

Clicca e leggi l'articolo sul web



Autrice: **Simona Vitali**

Come, oggi, si diventa insegnante tecnico pratico di enogastronomia di ruolo

Vi racconto la mia esperienza da uditrice ad un orale del Concorso docente ITP di enogastronomia per il Veneto e l'Emilia Romagna

Avevo in mente da tempo di capire come avviene l'arruolamento del corpo docente ITP (insegnanti tecnico pratici) di enogastronomia che lavorerà stabilmente negli istituti alberghieri e mi sono riproposta, non appena ne avessi avuto l'occasione, di assistere agli esami del concorso personale docente che sancisce, sulla base delle necessità, chi diventerà di ruolo, cioè farà questo mestiere per tutta la vita.

Un concorso strutturato in tre prove

Trovandomi giusto nei giorni di esame in Veneto, uno dei poli territoriali prescelti come sede di concorso, ho approfittato per accedere come uditore ad un'intera giornata di orali.

A fronte di **nove posti disponibili in Veneto** e **cinque in Emilia Romagna** si è candidato un popolo di 800 persone, a cui sarebbe stato chiesto di affrontare **tre prove**:

- una prova scritta in 50 quesiti a risposta multipla (ambito pedagogico, psicopedagogico, metodologico didat-



tico, inglese, competenze digitali)

- una prova orale sulla conoscenza della disciplina per cui si concorre, la capacità di didattica efficace che contempla anche una lezione simulata, nonché la capacità di comprensione e conversazione in lingua inglese
- e una prova pratica: laboratorio.

Già il primo step ha visto al palo circa ¼ degli iscritti, vuoi perché si sono ritirati, vuoi perché non hanno passato la prova. I circa 200 rimasti in gara hanno quindi potuto accedere all'orale, in un arco temporale di una quindicina di giorni. E qui mi sono presa un giorno intero per ascoltare i candidati che si sono susseguiti dal mattino al pomeriggio.

Ma chi ha potuto accedere a questo concorso?

I possessori di **diploma di maturità professionale**, anche neodiplomati, magari pure già alle prese con supplenze. Sì perché in fondo, ad oggi, basta iscriversi nelle GPS (Graduatorie provinciali per le supplenze) ma anche candidarsi spontaneamente (MAD, Messa a disposizione) presso le scuole per entrare nel **giro delle supplenze**.

Teniamo in nota questa informazione perché è qui che dobbiamo concentrare l'attenzione, come vedremo meglio a seguire.

Un piccolo spaccato degli esaminandi del concorso docenti ITP di enogastronomia per posizioni Emilia Romagna e Veneto

Dicevo che mi sono messa in posizione di ascolto attento, a partire dalla presentazione personale dei candidati, trovando un minimo denominatore: pressoché tutti stavano già facendo supplenze.

Dalla 21enne barista, diplomata due anni fa, all'insegnante di sostegno alle primarie alla ragazza straniera che ha studiato il doppio tra il suo Paese e l'Italia ma la pronuncia ancora non è lineare a un cuoco in attività da

27 anni fino ai due giovani diplomati che sono su supplenze di lungo corso (da un paio di anni)...

Ciascuno di loro, il giorno precedente, è passato dalla sede d'esame ad estrarre il tema della lezione simulata che avrebbe dovuto preparare e presentare l'indomani davanti ad una commissione (composta da un dirigente scolastico, due docenti ITIP di enogastronomia e una docente di inglese) che si è posta subito come molto rigorosa, martellante e intransigente, aspetto, questo, positivo. "Signorina, se si rivolge così ad una classe le garantisco che in tre mesi la fanno scappare! **Con i ragazzi bisogna trovare chiavi di accesso**, per tenere la loro attenzione, innanzitutto. Se non ottiene questo non riuscirà nemmeno ad insegnare".

Ma anche quel cuoco con tanti anni di esperienza in cucina che non riusciva ad esprimersi bene mi ha fatto riflettere che **non è sufficiente essere bravi cuochi per essere pure bravi docenti**: se non si sa comunicare come si fa a trasmettere? Basta la sola conoscenza? Basta la passione? Sono domande a cui è bene che si inizi a rispondere onestamente.

Di fatto, in quella giornata, **di tutti gli esaminandi uno soltanto**, che sta facendo una supplenza continuativa da due anni, è **entrato in sintonia con la commissione**: fare sicuro, un bel timbro di voce, un modo di spiegare catturante, la capacità di contestualizzare la lezione dentro una programmazione temporale (indispensabile quando si insegna) e una solida conoscenza di decreti legislativi e regole. Con tutti gli altri la commissione si è manifestata perplessa. Certo, mancava ancora la prova di laboratorio per tirare le somme.

Un necessario filtro alle supplenze per ITP

Mentre stiamo scrivendo ci giunge notizia che il nuovo anno scolastico (A.A. 2024/25) in partenza si aprirà all'insegna dell'incertezza. E, guarda un po', la principale criticità riguarda la **carenza di docenti**. Circa i numeri, a fronte di previsioni che - da uno sguardo complessivo sul mondo scuola - hanno paventato che



si supererà il record dei 250mila supplenti, di contro a 45.924 posti assegnati tramite concorso, il ministro si è affrettato a precisare che *“le vere supplenze, quelle a tempo pieno, saranno 165.000, un numero in linea con lo scorso anno”*. Sempre di numeri importanti si tratta e di docenze a tempo pieno che, nel bene e nel male, hanno il loro peso sui ragazzi. E non ci consola l'affermazione, sempre del ministro, che siamo in linea con i numeri dell'anno precedente.

Quanto al nostro interesse specifico per l'alberghiero, e alla luce dell'attuale sistema di formazione e reclutamento, in vigore fino al dicembre 2024, è lecito chiedersi:

da quale sacca sul fronte dei docenti ITP di enogastronomia (o di sala&vendita o di accoglienza) si andrà ad attingere questi i supplenti mancanti a cui, fino ad oggi, basta, come dicevamo, avere un diploma e iscriversi bellamente nelle GPS (Graduatorie provinciali per le supplenze) o candidarsi sempre bellamente in singole scuole sempre come supplenti? Fra questi ci saranno anche gli esaminandi silurati del recente o dei passati concorsi che comunque hanno tenuto piede nella supplenza?

Non è facile entrare in questi intricatissimi meandri, che vanno a complicare percorsi che dovrebbero essere lineari come autostrade... ma se parto da ciò che ho visto con i miei occhi è **lecito che mi interroghi e ponga questioni a voce alta sul qui ed ora, su ciò che sta entrando in circolo. E anche sul progresso**, che per essere smaltito richiederà tempo. E qui il riferimento va agli ambiti decisionali, non a chi - i dirigenti scolastici - è costretto a fare i conti con cambi continui del senso di marcia, perché cambia un ministro.

Cosa ci aspetta a partire dal 2025

A partire dal 1 gennaio 2025 sarà operativa la “Riforma della formazione iniziale e continua e del reclutamento” che promette un profondo rinnovamento...

Cambiano le modalità di accesso al ruolo dei docenti

ITP nelle scuole, per cui i requisiti richiesti non saranno più il solo diploma ma:

- un percorso universitario e accademico abilitante di formazione iniziale, corrispondente a non meno di 60 crediti formativi universitari o accademici
- un concorso pubblico nazionale su base regionale o interregionale
- un periodo di prova in servizio di durata annuale con test finale e valutazione conclusiva

Come è noto, ci saranno anche altri cambiamenti: è partita con l'inizio dell'anno scolastico la sperimentazione di un **nuovo modello di formazione tecnica e professionale, il cosiddetto 4+2, per oltre 170 istituti tecnici e professionali.**

Sperimentazione, precisiamo, perché per la piena attuazione della riforma mancano ancora dei passaggi, fra cui due decreti attuativi.

Si tratta di un percorso quadriennale (e non più quinquennale) al termine del quale gli studenti potranno scegliere se iscriversi a un ITS Academy (percorso post diploma ad alta specializzazione tecnologica), proseguire gli studi all'Università o iniziare un'esperienza lavorativa. Quindi, nonostante la dicitura 4+2, non sta scritto che il decurtato percorso di studi superiori abbia per forza un seguito con quel+2, che allude al biennio di ITS Academy. Quest'ultimo resta un'opzione, peraltro molto poco compresa rispetto agli altri Paesi europei. Speriamo in una conversione.

Il nuovo modello promette un percorso di formazione più flessibile e connesso al mondo del lavoro, che contempli - fra le altre cose - l'incremento delle attività laboratoriali e la possibilità per le scuole di coinvolgere esperti esterni per discipline altamente specialistiche.

Ci sarà tempo per entrare nel merito e toccare con mano, che è sempre la cosa migliore. Avremo quindi modo di scriverne.

Che se si rivelerà la volta buona festeggeremo! Intanto, mentre la rivista sta andando in stampa, ci giunge notizia che il Liceo Made in Italy è stato sospeso dal Consiglio di Stato!

SALUMI
COATI

Lenta Cottura

A BASSA TEMPERATURA



Vincitori premio
Eccellenza Italiana
"I Salumi d'Italia"



LA QUALITÀ SI RIPRENDE IL SUO TEMPO



Autore: **Guido Parri**

La pasta DoGusto

www.dogusto.it

Nel febbraio 2024 **sala&cucina** realizzò un'indagine a cui risposero più di tremila ristoratori da ogni parte d'Italia. Il titolo era: **Il rapporto tra distributori e clienti nell'ho.re.ca.**

Da quell'indagine uscirono riflessioni decisamente interessanti che qui riproponiamo in estrema sintesi in una delle domande che abbiamo posto:

Cosa vorreste in più da un distributore al vostro servizio? (massimo tre risposte)

Per un totale del 66% circa dal distributore si vorrebbe: 23,3% proposte dove la qualità è un elemento certo, 19,6% proposte di specialità locali, 13,5% rispetto dei tempi e dei modi di consegna, 11% proposte in linea con la loro idea di cucina. Solo il 6,4% chiede proposte dettate da un risparmio economico.

Questa riflessione portò il gruppo Cateringross ad accelerare sul progetto di un nuovo brand di prodotto - **DoGusto** - che tenesse conto delle risposte dei ristoratori dando vita a una linea di referenze dove la qualità fosse un elemento certo.

Il brand DoGusto è una realtà

Da settembre il brand DoGusto è presente sul mercato, con prodotti trattati in esclusiva dalle 40 aziende di distribuzione aderenti al gruppo Cateringross. In breve DoGusto diventerà un marchio che beneficerà della fiducia dei professionisti della ristorazione perché è distribuito in ogni parte





d'Italia, dal Trentino Alto Adige alla Sicilia.

Per questo scegliere DoGusto è il modo migliore per garantire agli ospiti del tuo ristorante una qualità certa che si basa su prodotti di grande gusto adatti a menu di ogni tipo.

Il mercato della pasta nella ristorazione

La pasta è uno dei prodotti più difficili da vendere nel fuoricasa: concorrenza della GDO, prezzi sballati, tantissimi marchi, la visione localistica, la scarsa marginalità per il distributore. Che senso ha, dunque, fare una pasta a marchio privato?

Per superare tutti questi ostacoli!

Cosa chiede, infatti, il mercato?

La FIPE, in una recente ricerca, ha stimato che **un buon piatto di pasta arriva a sancire il successo di un locale per il 67% dei ristoratori.**

Dal punto di vista del cliente la pasta è: universalmente accettata senza problemi di religione o di razza; ha un'eccellente rapporto qualità-prezzo; vanta un'alta digeribilità.

Ma quello che ci interessa di più è quello che vale per i ristoratori avere un piatto di pasta nel proprio menu: consente un basso utilizzo di manodopera; ha un food cost di livello mediamente basso; determina possibilità infinite per la creatività; vanta un'elevatissima marginalità e una personalizzazione della proposta gastronomica definita e riconoscibile.

Le paste secche DoGusto

Per ottenere questi risultati, però, occorre **qualità certa, artigianalità, assortimento.**

Tutti elementi che ricorrono nelle scelte fatte quando si è trattato di scegliere il fornitore delle paste secche DoGusto.

È stata individuata una piccola azienda marchigiana che lavora con macchinari su cui sono stati fatti

interventi per rendere più flessibile la produzione. Per avere più referenze possibili in grado di far fronte alle diverse esigenze di formato che interessano a tutta l'Italia, avendo differenze anche regionali di gusto.

Le altre caratteristiche sono date **dalla filiera corta perché ogni tipologia di formato è realizzata con grano 100% marchigiano**, una delle regioni più vocate in Italia per la produzione cerealicola.

Le paste secche e all'uovo DoGusto hanno **un'essiccazione lenta a 45/50°** per aumentare la digeribilità, la resa in cottura, la qualità e il sapore. **La trafila ruvida per assorbire meglio i vari condimenti.** Soprattutto si tratta di **un prodotto riservato in esclusiva ai clienti delle 40 aziende del gruppo Cateringross.**

E questo, in un mercato fortemente competitivo, ti esula da ogni tipo di concorrenza!



DoGusto[®]
IL MEGLIO PER LA RISTORAZIONE



LA PASTA DOGUSTO

da grano 100% marchigiano
il gusto autentico della
vera pasta italiana.

Tanti formati per ogni
esigenza in cucina



Chiedili al tuo fornitore Cateringross

www.cateringross.net • www.dogusto.it

cateringgross 

GRANDI AZIENDE DI
FOODSERVICE
AL SERVIZIO DEGLI
OPERATORI DELLA
RISTORAZIONE
ITALIANA

La prima rete distributiva italiana nel foodservice

www.cateringgross.net





Autrice: **Alessia Cipolla**

Zola e “Il ventre di Parigi”

Un brulicante affresco di vita, di destini e di gusto: Émile Zola (1840-1902) nel romanzo “Il Ventre di Parigi” racconta mirabilmente il cuore pulsante di Parigi, il mercato Les Halles, e la varia umanità che lo anima.

La famiglia Zola si trasferì nel sud della Francia a seguito del lavoro del padre di Émile, ingegnere di origine veneziana. Come grande amico d'infanzia e vicino di casa ebbe il pittore Paul Cézanne, di famiglia facoltosa al contrario dei Zola, soprattutto dopo la morte prematura del padre.

Nel febbraio 1858 Émile lasciò la Provenza per raggiungere la madre a Parigi, ma tra difficoltà economiche e insuccessi scolastici, anche se lettore vorace, abbandonò il liceo e trovò una serie di lavori “grigi” fino ad ottenere un posto nella casa editrice Hachette, grazie al quale poté conoscere il mondo della letteratura dall'interno. Iniziò così a scrivere i primi romanzi che ebbero molti lettori a favore, altri scandalizzati, come capitò per tutta la sua vita. All'attività di romanziere legò sempre quella di giornalista, di critico letterario e artistico impegnandosi, in particolare, nella difesa dei pittori impressionisti.

Ormai celebre e seguitissimo intellettuale dell'epoca, nel 1898 prese posizione a favore dell'ufficiale

Léon Augustin Lhermitte - *Les Halles* - musée des Beaux-Arts de la ville de Paris





Tinker Dealers Les Halles Dambourgez Les Camelots aux Halles (1893)

ebreo Alfred Dreyfus, condannato, a torto, per spionaggio e vittima di antisemitismo, scrivendo il noto “J'accuse” (“Io accuso”), cosa che gli causò un celebre processo: per evitare la condanna fuggì in Inghilterra e ritornò in Francia solo nel 1900.

I romanzi Rougon-Macquart

Il suo progetto letterario più grande fu Rougon-Macquart un ciclo di 20 romanzi scritti dal 1870 al 1893, tra i quali vanno ricordati: “Il Ventre di Parigi” (1873), “L'Assommoir” (1877), “Nanà” (1880) e “Germinal” (1885). Narrano “la storia naturale e sociale di una famiglia”, ruotando attorno ai suoi componenti, alle strade intraprese e, di conseguenza, ai loro destini: con pennellate minuziose Zola racconta la classe operaia, la piccola borghesia e il bel mondo della seconda metà del XIX secolo.

“Il Ventre di Parigi” è ambientato ne *Les Halles*, il mercato più importante della città, dalla palpitante vita gastronomica e animato da una fiumana umana a caccia del miglior prezzo e qualità: “Un'enorme macchina a vapore, una caldaia che dovesse servire alla digestione di un popolo, un ventre gigantesco, bullonato, ribadito, fatto di legno, di vetro e di ferro, di una eleganza, di una potenza da motore meccanico azionato dal calore del combustibile, e dalla furia fremente e vertiginosa delle ruote. [...] Era come un grande organo centrale che batteva furiosamente, lanciando il suo umore vitale in tutte le vene”.

Costruite a metà del XIX secolo dall'architetto Victor Baltard, *Les Halles* erano costituite da una serie di padiglioni, come delle gigantesche serre in vetro e ferro, attraverso

sate da corridoi stretti o larghi come strade sulle quali si affacciavano un'infinità di bancarelle e negozi straripanti di mercanzie e di vita. Vennero smantellate, incredibilmente, nel 1971.

Paesaggi urbani e di gusto

Zola penetra in quel mondo, illuminandolo con il suo sguardo penetrante e potente: questo vale per i suoi personaggi mentre urlano per attirare i clienti e si affannano nell'attività di vivere, come anche per le indimenticabili descrizioni dei prodotti freschi e stagionati del mercato, tanto ricchi di colori, suoni e odori da prendere vita, divenendo spettatori delle gioie e dei dolori dei protagonisti. Così scrive: “I cavoli formavano montagne; enormi cavoli bianchi, stretti e duri come sfere di metallo pallido; il cavolo verde, le cui grandi foglie sembravano bacini di bronzo; i cavoli rossi, che l'alba mutava in fiori superbi, colore vinaccia, carminio e viola scuro. [...] E la vernice dorata di un cesto di cipolle, il rosso sanguinante di un mucchio di pomodori, il viola scuro di un mazzo di melanzane, qua e là, illuminate.”

Il romanzo racconta la storia di Florent, un giovane idealista repubblicano, scappato dalla colonna penale e rientrato a Parigi in maniera rocambolesca. Arriva a Les Halles che è ancora notte: via via che il sole sorge, i padiglioni del mercato si manifestano davanti ai suoi occhi in tutta la loro vitalità. Le tinte si fanno più vivaci, il brusio cresce come anche l'energia del luogo: “A destra, a sinistra, da tutte le parti, i guaiti di grida suonavano le note alte di un piccolo flauto, tra i toni bassi e sordi della folla.

Era la marea, era il burro, era il pollame, era la carne. [...] Intorno a lui, il sole infiammava le verdure.”

Cerca il fratello, proprietario di una macelleria con all'interno un tripudio di cose gustose, soprattutto agli occhi dell'affamato giovane: “ghirlande di salsicce, carni crude dai toni rosati come marmellate; [...] salsicce nere, arrotolate come serpenti e grandi prosciutti appesi [...] E poi ancora grandi terrine sul fondo delle quali dormivano carni e verdure.”

La povertà, la fame e la disperazione del primo stridono con la grassezza di tutto il resto della famiglia del fratello Quenu, la bella moglie Lisa e il figlio, ormai benestanti, intimoriti da qualsiasi cosa possa mettere in dubbio la posizione acquisita grazie al denaro e all'arrivismo del Secondo Impero. Florent lentamente si riprende e inizia a lavorare in un banchetto del pesce: “con salmoni argentati, grasse orate tinte di un tocco di carminio, mentre gli sgombri dorati, col dorso striato di bruniture verdastre, facevano risplendere la madreperla cangiante del fianco”. E ancora: “S'alzava un vento umido, una pioggia minutissima, che soffiava sul viso di Florent quell'alito fresco, quel vento marino che riconosceva, amaro e salato”. Alla fine, ineluttabilmente, il suo idealismo politico lo metterà nuovamente nei guai.

I componenti della famiglia Quenu non sono gli unici personaggi del romanzo che vivono il loro destino dentro Les Halles: c'è Gerard, vedovo, che si è fatto sedurre dalla vita del mercato decidendo di aprirvi un negozio di volatili, aiutato dalla sorella e dalla nipote. Vi è poi il giovane Marjolin, un dolce ragazzone, orfano, non cattivo, forse un po' sciocco ma con la “forza di un cavallo”; assieme ad un'altra bambina orfana vengono presi in affido da Mère Chantemesse, le cui specialità sono le verdure sbucciate e già ben tagliate: “per non parlare della julienne fresca tagliata sottilissima su fogli di carta, dei cavoli tagliati in quarti, mucchi di pomodori e fette di zucca che mettono

dentro stelle rosse e mezzelune dorate candore delle altre verdure lavate in abbondante acqua”. Vi sono poi la vecchia pettegola Mademoiselle Saget, la Bella Normanda, per bellezza in competizione con Lisa, la moglie di Quenu e Sarriette, una ragazza splendida: “La Sarriette riempiva il negozio con le sue gonne stravaganti. Sorrideva a tutti, fresca come il latte, spettinata da un lato dal vento delle Halles.”

Tanti sono gli incroci di vite sotto i padiglioni vitrei del mercato, ognuna con una propria storia e destino.

Il formaggio arriva a tavola

Le pagine che riguardano le varietà francesi di formaggi in vendita in una formaggeria del mercato sono memorabili: “Tutt'intorno i formaggi puzzavano. Sui due banchi del negozio in fondo erano allineati enormi pani di burro [...]. Sotto il banco d'esposizione di un marmo rosso venato di grigio, i panieri di uova assumevano il candore del gesso; e, in certe cassetine poste su graticci di paglia, dei piccoli caci uno accanto all'altro, dei Gournay schierati e piatti come medaglie, formavano una coltre più scura, chiazza di sfumature verdastre. [...] Li, accanto ai panetti di burro da una libbra, troneggiava in mezzo alle foglie di bietola un Cantal gigante, come tagliato a colpi d'ascia; appresso venivano un Chester dorato, un Groviera, simile a una ruota caduta da un carro di barbari; dei formaggi olandesi, tondi come teste mozze imbrattate di sangue raggrumato[...] Un Parmigiano, in mezzo a quella pesantezza di pasta cotta, aggiungeva un pizzico di fragranza aromatica. Tre forme di Brie, poste su tavolette rotonde, erano malinconiche come una luce pallida; due di esse, ben asciutte, erano al plenilunio; la terza, al secondo quarto, si scioglieva in una crema bianca che si spandeva in un lago, devastando le sottili stecche con cui s'era invano tentato di contenerlo”.

L'Ottocento è, infatti, il secolo del formaggio. Dopo secoli di sospetti a causa della misteriosa trasformazione da latte a solido prodotto facilmente deperibile e dopo essere stato considerato un prodotto povero per i giorni di magro e, per questo, poco presente nei menu aristocratici se non come leccornia, il formaggio entra in scena da protagonista sulla tavola imbandita ottocentesca, nel momento del dessert, alla fine del pasto, in una posizione del menu ben definita e adatta a stimolare l'appetito con nuovi sapori e accostamenti, associato alla frutta. In questa nuova posizione acquista una sua autonomia di pietanza, di portata e di piatto forte, soprattutto se gustato in varie tipologie.

Alla fine, inebriati dai colori, dai suoni e dagli odori di quei luoghi, incrociando le anime dei personaggi del romanzo e tuffandosi nella vita del mercato, una cosa è certa: dopo “Il Ventre di Parigi” andare al mercato sarà qualcosa di incredibilmente nuovo e grande.



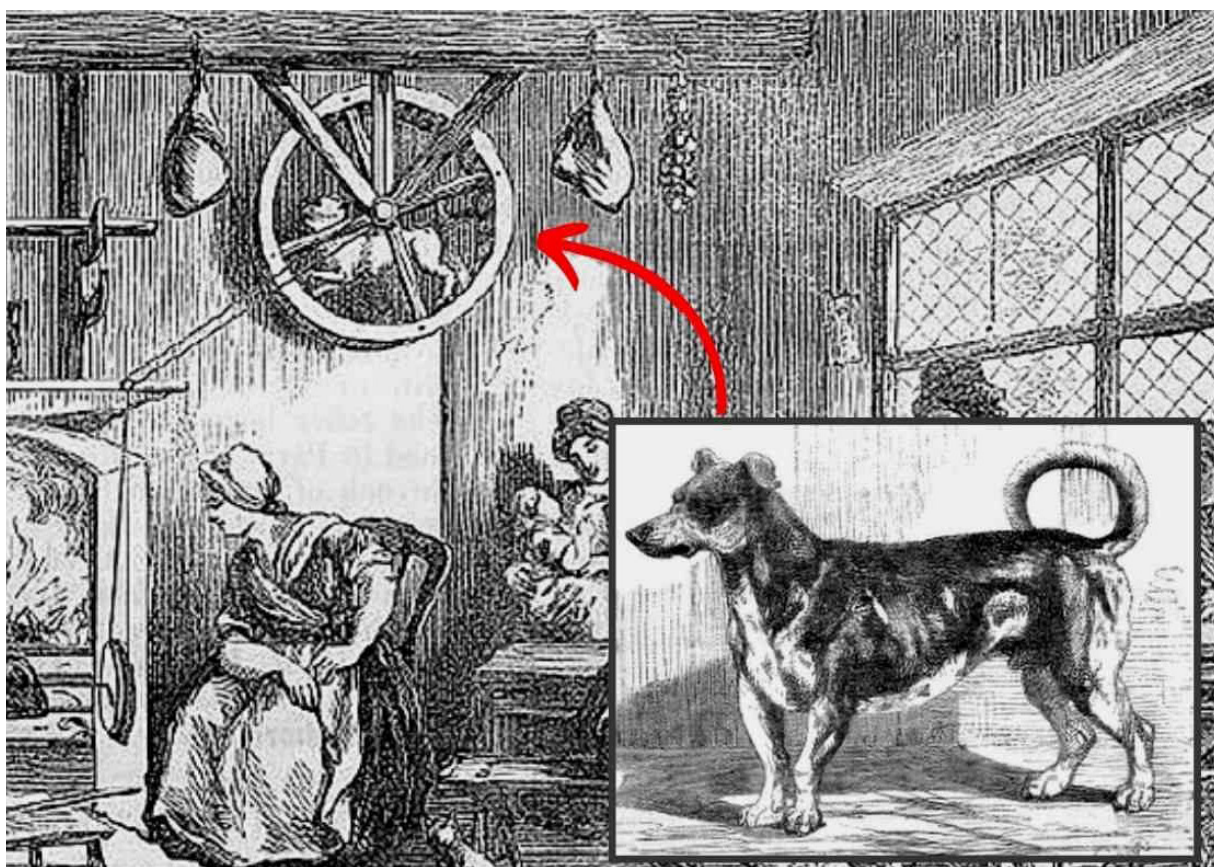


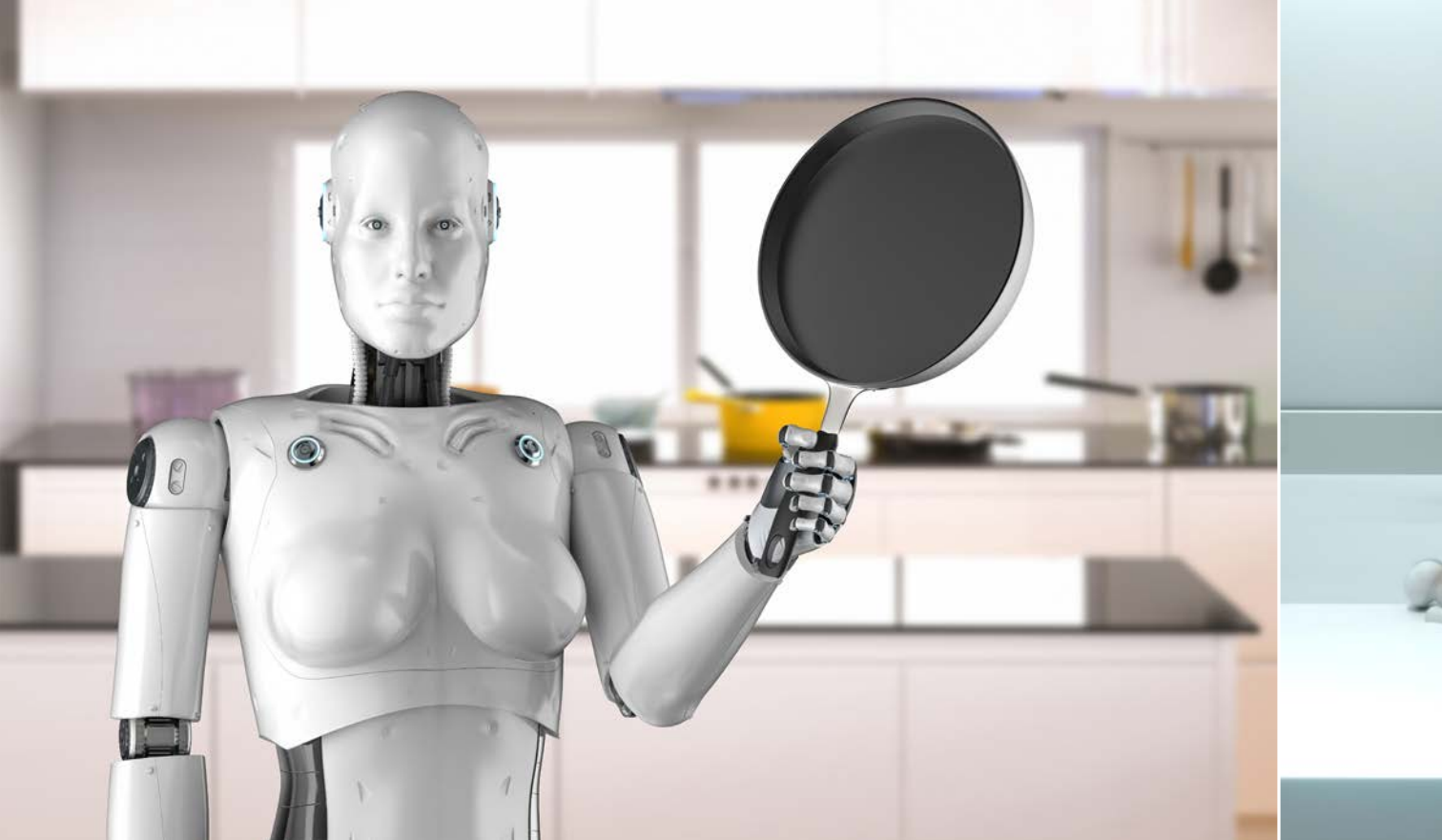
Autore: Prof. Em. **Giovanni Ballarini**

Presidente Onorario dell'Accademia Italiana della Cucina.

La cucina dei robot cooperativi, quale futuro?

Robot è un automa, operatore meccanico automatico odiernamente controllato da un cervello elettronico, con particolare riferimento agli apparecchi programmabili usati in alcuni settori dell'industria e della ricerca scientifica per operazioni seriali e in automatico, o guidato anche a distanza, come oggi sempre più avviene in chirurgia. Robot da cucina sono quelli grandi in uso nelle fabbriche alimentari e i piccoli elettrodomestici che eseguono diverse operazioni per la preparazione dei cibi (tagliare, impastare, grattugiare ecc.) e questi ultimi non sono una novità. In cucina uno dei primi robot è il girarrosto. Se un primo tipo di rotazione dello spiedo è manuale, e senza considerare quello di un cane che corre all'interno di una ruota collegata ad un girarrosto in uso in Inghilterra nel XVI secolo, robot sono i girarrosti messi in moto da un peso, aria calda, orologeria. Durante il tardo Medioevo è utilizzato un meccanismo in cui un peso - per lo più una pietra - e degli ingranaggi fanno girare lo spiedo, al XV secolo circa risale l'uso dell'aria calda del fuoco che con una ruota a pale nella canna fumaria muove gli spiedi, nel XVIII - XIX vi è un meccanismo a orologeria in cui una molla è caricata per azionare lo spiedo.





Robot cooperativi

Oggi, assistiamo a una trasformazione dei robot che passa dal semplice assumere compiti pericolosi o ripetitivi dagli esseri umani alla cooperazione con essi e consentire nuove forme di collaborazione uomo-robot, ma anche uomo-uomo.

Un esempio avanzato di una robotica cooperativa già in uso è la chirurgia robotica, un tipo di operazione effettuata grazie a tecnologie avanzate che prevedono l'utilizzo di una sofisticata piattaforma chirurgica in grado di riprodurre, i movimenti della mano umana nel campo operatorio. In questi robot cooperativi l'interazione uomo-robot, progettata e realizzata in modo efficiente, facilita la vita delle persone e migliora la loro connessione, il coinvolgimento e il benessere generale. Numerosa è la bibliografia sulla robotica cooperativa (A. Hentout, M. Aouache, A. Maoudj, I. Akli - *Human-robot interaction in industrial collaborative robotics: a literature review of the decade 2008-2017* - *Advanced Robotics* 33, 764 - 799, 2019) e non mancano prospettive, come quelle avanzate per la cucina da Carl Oechsner e collaboratori e che meritano alcune considerazioni (C. Oechsner, S. Mayer, A. Butz - *Challenges and Opportunities of Cooperative Robots as Cooking Appliances - Automation XP22: Engaging with Automation*, '22, April 30, 2022, New Orleans, LA). In modo analogo alla chirurgia robotica una cucina robotica può supportare l'utente in vari modi, per cui in futuro i robot cooperativi guidati a distanza possono essere integrati nelle cucine come ogni altro apparec-

chio di cucina in diversi scenari in cui il robot supporta l'essere umano, con le sfide che tale configurazione comporta, nei seguenti scenari:

Supporto alla AI-Cooking - L'Intelligenza Artificiale sta entrando in cucina e con questa il robot sempre più potrà aiutare l'utente durante la cottura, aiutandolo a svolgere il compito più velocemente o occupando completamente parti del lavoro del cuoco in compiti semplici e non graditi, supportandolo con un programma di lavoro intenso per scaricare le attività che richiedono tempo.

Assistenza Remota in tempo reale - In molti campi si sta sviluppando l'insegnamento a distanza, con molti problemi per le discipline pratiche quale è la cucina. Analogamente alle applicazioni Assistenza Remota che già oggi consentono agli operatori sul campo di ricevere consigli di esperti si prevede che gli utenti possano seguire corsi di cucina supervisionati a distanza da chef o esperti di nutrizione che possono intervenire o dimostrare le pratiche. Già Gualtiero Marchesi diceva che in cucina la pratica è la migliore forma di insegnamento e con un approccio di Teaching by Demonstration la robotica cooperativa può migliorare l'apprendimento rispetto alla visione di un video e motivare gli utenti a eseguire effettivamente azioni invece di limitarsi a guardare. Le azioni eseguite in remoto da uno chef o da un istruttore sono mappate in tempo reale sul robot della cucina locale e in questo



scenario la persona remota nel suo robot registra le azioni dello chef come se fosse presente.

Cottura a distanza interattiva - L'utilizzo di telecamere che tracciano i movimenti del cuoco durante il suo lavoro può ricreare a distanza i movimenti esatti di un robot da cucina. Non solo i movimenti del cuoco sono importanti, ma anche la selezione e la quantità degli ingredienti. Tuttavia, il robot da cucina può comprendere la ricetta e ricrearla altrove con sensori aggiuntivi. Una cooperazione a distanza, ad esempio tra due amici o una coppia, potrà consentire a loro di cucinare insieme nonostante la lunga distanza.

Memoria di una cucina o di una ricetta - La ricetta non è solo un elenco di ingredienti e Gualtiero Marchesi soleva dire che “nella ricetta vi è tutto, meno l'essenziale, l'interpretazione”. Una ricetta spesso richiede anni di pratica, diviene personale e quindi nel tempo le tradizioni si perdono. Un sistema cooperativo di visione con un robot è in grado di tracciare i movimenti e le azioni del cuoco consentendo di registrare fisicamente le ricette e quindi di rimetterle in atto in qualsiasi momento. In questo modo, tutti possono preparare un piatto esattamente nello stesso modo in cui è stato preparato il giorno della registrazione. Una cucina robotica ha un potenziale che apre diversi scenari tra i quali la possibilità di preparare il cibo esattamente come uno chef famoso, un ristorante, un amico o una persona cara o immaginare una piattaforma di ricet-



te per conservare i piatti esattamente come sono stati preparati e destinati ai loro creatori.

Robot istruttore di cucina - Basandosi su istruzioni pre-registrate, il livello di automazione di una robotizzazione cooperativa può essere variato. Se in una fase iniziale il robot fa la maggior parte del lavoro per mostrare allo studente come operare, con il passare del tempo ogni volta che la ricetta è eseguita il robot lascia più parti da fare all'utente, fino a quando non ha interiorizzato il processo.

Robotizzazione cooperativa e autonomia del cuoco - Dopo gli scenari collaborativi e cooperativi in cucina, il passo successivo consiste nell'abilitare la cottura completamente autonoma utilizzando il robot.

Clicca e leggi l'articolo sul web



I vini Monte Cimo

Francesco e Serena li producono a 954 m.s.l.m, nel Giardino d'Europa, per lo più da varietà PIWI

Sono passati diversi mesi da Vinitaly ma nonostante il caos - poco funzionale - che ormai si registra nei contesti fieristici, ricordo con esattezza l'incontro con **Francesco Chiamenti** e i suoi vini, tra i piccoli stand della sezione FiVi (Federazione Italiana Vignaiolo Indipendenti). Il primissimo fattore ad attrarmi furono le etichette. Ma ne parliamo dopo, meritano un approfondimento. Il secondo fattore: le particolarità di ciò che quelle bottiglie contenevano. Quando poi ebbi modo di ascoltare la storia e l'origine mi furono chiare molte cose. A cominciare dalla freschezza e dall'aromaticità di quegli assaggi.

Monte Cimo

Monte Cimo, l'azienda vitivinicola che Francesco conduce con la moglie Serena dal 2018, è situata in un luogo da togliere il fiato. È in località Spiazzi, alle pendici del Monte Baldo, a Caprino Veronese, a quasi mille metri d'altezza, su un terreno roccioso prevalentemente calcareo.

Se volete rendervi conto della posizione fate una visita al loro sito oppure (opzione consigliata) arrampicatevi fino a lì. Francesco, dopo gli studi enologici e svariate esperienze nel settore, ha deciso di fare vino di proprio pugno. Non ha ereditato appezzamenti: la scelta di dove costituire la cantina e i vigneti è stata voluta e ponderata. "Cer-

cavamo uno spazio ideale per noi. Ideale non per ridurre le fatiche... ma per fare qualcosa di unico! Dopo un'accurata ricerca abbiamo trovato questa porzione collocata tra la Val d'Adige e il lago di Garda. Qui abbiamo rilevato le condizioni che stavamo cercando: un'escursione termica importante e una buona ventilazione. La prima per ottenere vini di grande freschezza, la seconda per contrastare la proliferazione di malattie. Questi due requisiti erano essenziali anche alla luce di ciò che sta accadendo in pianura, con temperature davvero elevatissime che si protraggono a lungo e certamente non aiutano chi vuole fare vino". Così ci introducono all'azienda Francesco e Serena. Inoltre a Monte Cimo convivono i presupposti per la crescita dei **PIWI, i vigneti resistenti**. Una parte di impianti era preesistente (circa la metà), una parte è nuova, per un totale, oggi, di dieci ettari vitati. "Abbiamo condotto molte analisi agronomiche e geologiche per capire quali fossero le varietà più adatte e ci siamo concentrati solo su alcune. Un altro fatto: alleviamo solo varietà a bacca bianca, perché per altitudine, esposizione e ventilazione sono sicuramente le più adeguate a quest'area. Il 90% della nostra produzione è costituito da PIWI, con le varietà Solaris, Muscaris, Johanniter, Rithos, Crethos. I PIWI sono varietà straordinarie perché resistenti alla

peronospora, all'oidio e al gelo, che richiedono quindi minor numero di trattamenti. A questo si aggiunge la nostra scelta di produrre in regime biologico”.

Il periodo di conversione al biologico si è concretizzato quest'anno per Monte Cimo, pertanto le etichette, dalla vendemmia 2024, presenteranno il bollino.

Cosa significa lavorare a quest'altezza?

“Si accavallano quotidianamente emozioni positive e negative. Da un lato c'è il privilegio di lavorare in un territorio senza eguali, con una vista incredibile, una fauna particolarissima, delle potenzialità ancora inesplorate. Dall'altro lato ci sono le difficoltà, dovute essenzialmente alla logistica e alle forti pendenze. Ma poi, quando arriviamo alla sintesi del lavoro, ovvero ai vini, anche queste difficoltà passano in secondo piano”.

Le etichette, la comunicazione, il pubblico

Conosciamo meglio i vini anche dal punto di vista della comunicazione, grazie alla spiegazione di Serena che cura il marketing di Monte Cimo. “Abbiamo cercato di dare un nome e un vestito, ossia un'etichetta, che esprimessero sotto più punti di vista ciascun vino. Le etichette sono state realizzate da **Giovanni Chiamenti**, fratello di Francesco, e ritraggono alcuni fiori del territorio. Il Monte Baldo rappresenta un ecosistema unico per l'eccezionale biodiversità e la presenza di svariate specie endemiche. Non è un caso se viene definito *Hortus Europae*, Giardino d'Europa. Valorizzare tutto questo nell'immagine delle nostre bottiglie era d'obbligo. Per il **Muscari** (blend da Muscaris, Incrocio Manzoni, Traminer) abbiamo scelto naturalmente di ritrarre i Muscari, questi particolarissimi fiori a grappolo. Per il **954**, che è l'altitudine massima dei nostri vigneti di Solaris (unica varietà impiegata in questo vino), abbiamo scelto il giglio. Il **Tre vie** (ottenuto da tre cloni di Sauvignon, ovvero Maris, Rithos e Kretos) l'abbiamo rappresentato con tre fiori. Lo **Spontaneo**, infine, è un blend tra Incrocio Manzoni, Solaris e Muscaris; è senza lieviti, senza aggiunte, senza filtrazioni, senza

ossidazioni, insomma spontaneo... come il fiore di cardo che abbiamo apposto in etichetta”. Viene naturale, parlando di immagini e simbologie, chiedere a Serena cosa rappresenti il logo aziendale. “Lasciamo libera interpretazione. Potrebbe sembrare il crinale del Monte Baldo riflesso sul lago di Garda. Per alcuni invece rappresenta una foglia. Sicuramente abbiamo il desiderio di incuriosire chi assaggia il vino anche con queste simbologie”.

Ma, va detto, **la vera forza propulsiva di Monte Cimo rimangono i vini stessi**.

“Ci colpisce quando appassionati e curiosi arrivano qui, in azienda, dopo aver assaggiato i nostri vini al ristorante. Lavoriamo soprattutto con la ristorazione e ricevere ristoratori o loro clienti che arrivano spontaneamente, che percorrono tanta strada per conoscerci, è molto stimolante” confessa Serena. “A dire il vero è anche uno dei nostri obiettivi: portare qui le persone. È un luogo magico, un contrafforte speciale. Sugeriamo di concedersi il tempo per il sentiero ad anello che circonda la proprietà e di fare visita al Santuario di Madonna della Corona che incombe sul vaio dell'Orsa e sulla val d'Adige. Poi c'è la possibilità di degustare i nostri vini in azienda, a pochi passi dalle vigne e capire sulla propria pelle il clima particolarissimo che pervade i nostri appezzamenti”. Monte Cimo attualmente produce circa 18.000 bottiglie e lavora soprattutto con un pubblico italiano.

“Siamo convinti - conclude Serena - che ci sia bisogno di affermarsi prima in prossimità e poi puntare anche all'estero, mantenendo saldi i piedi all'origine. È importante legarsi a progetti e cucine del territorio, dà ulteriore senso al nostro lavoro”.

Come sempre abbiamo scelto di non raccontarvi i vini da un punto di vista organolettico. La degustazione la lasciamo a chi vorrà avvicinarsi a questa azienda e a un territorio con tratti unici, da esplorare con guanti di lino. Non manchiamo di ringraziare, anche quest'anno, gli intervistati: trovare del tempo per rispondere in piena vendemmia è tutt'altro che scontato.





Autrice: **Giulia Zampieri**

Villa Maiella

Dove il territorio è essenza (e non un claim)

Il **territorio**, come concetto, è stato messo al centro della discussione gastronomica in questi anni. Abbiamo volutamente scritto concetto, e non valore, perché non sempre ciò che viene dichiarato dai ristoratori è ciò che effettivamente anima, nella pratica, le attività. A volte basta scavare appena più in profondità per scoprire che il valore-territorio è affidato solo a pochissime materie prime; a un paio di formaggi proposti a fine pasto; a una ricetta che è retaggio di quella zona. Insomma, non abbastanza per potersi permettere di parlare di “territorio” come perno essenziale di un’insegna.

Per quello c’è bisogno di altro: di **stabilità dei rapporti con i fornitori, dell’attitudine alla ricerca esercitata anche quando tutto sembra essere stato scoperto, della conoscenza approfondita di usi, costumi, aree naturali limitrofe**. Di informazioni precise, narrate senza che ci sia bisogno di andare a consultare delle etichette o dei siti web per sapere di cosa si tratti.

Un valore reale

La **coerenza tra il territorio come concetto e il territorio come valore appartiene fermamente a Villa Maiella**, il ristorante della famiglia Tinari all’imbocco dal borgo di Guardiagrele, a pochi chilometri dal Parco Nazionale della Maiella, in Abruzzo. Un’attività che ha sposato il decalogo di **Amodo, la rete dei ristoranti etici** ancora prima che la rete fosse formalmente costituita. Il territorio come fulcro è proprio dei Tinari sin da quando il ristorante ha cominciato ad accogliere i primi ospiti, alla fine degli anni Sessanta. Allora il menu era scandito da trippa, lumache e sagne e fagioli; piatti semplici ma buonissimi, simbolo delle tradizioni locali. Il rapporto con le realtà attigue a quei tempi era obbligato, perché quelle erano le relazioni, ma sincero. Dopo Ginetta e Arcangelo è stato il turno di Peppino e Angela, quindi dei loro figli, Arcangelo e Pascal, alla guida dell’azienda.

Oggi Villa Maiella è un ristorante gastronomico, insignito di una stella Michelin, stimato e riconosciuto



ben oltre i confini regionali ma la cui linfa affiora dalle radici, salde sugli appezzamenti ai bordi del Parco Nazionale della Maiella. Dopo oltre cinquant'anni, e tre generazioni che si sono succedute, si può dire che in questo luogo sia cambiato tutto... meno che l'essenza: **l'ancoraggio al territorio e il modo di vivere l'accoglienza.**

La verità a portata d'occhio

In che modo il territorio detta il ritmo del ristorante e dell'attività alberghiera dei Tinari?

Basta recarsi all'ingresso di Villa Maiella qualche minuto prima del servizio, una sera di settembre, per incrociare il primo esempio: ecco palesarsi un carico di porcini freschissimi e profumatissimi raccolti in quota il giorno stesso. A fianco c'è chi è uscito all'alba per procacciarli.

“Questa sera ci saranno proprio loro nel menu” sancisce **Arcangelo Tinari**, figlio di Peppino e Angela, a cui sono passate pian piano le redini della cucina dopo essere rientrato dall'esperienza da Michel Bras, a Laguiole nell'Avèyron. “Niente di più semplice, niente di più speciale anche per il più abituale dei clienti: godere di un porcino raccolto poche ore prima”.

Per rendersi conto del legame tra Villa Maiella e ciò che c'è intorno bisogna anche chiedere ad **Arcangelo** da dove provengano le lumache, l'olio extra vergine, lo zafferano, le lenticchie, il farricello. Ad ogni richiesta una risposta esaustiva, un contatto a cui rivolgersi per approfondire l'origine del prodotto. C'è di più. Negli occhi di Arcangelo si intravede l'entusiasmo di chi sa cosa sta servendo. Di chi ha contezza della qualità, dello sforzo produttivo, anche perché l'azienda agricola della famiglia Tinari - fondata nel 2009 - è una delle principali fonti di approvvigionamento. Le mani nella filiera ce le mettono per primi. Anche questo non è un *claim* con cui riempire social e siti web, ma un impegno quotidiano non sempre facile da gestire. Peppino racconta con orgoglio della fattoria di proprietà, da cui provengono ortaggi e farine nobili; del lavoro di bonifica di un'area boschiva diventata da poco dei Tinari; dell'**allevamento di maiali neri** che dista un paio di chilometri dal ristorante.

“Impieghiamo gli scarti vegetali nell'alimentazione dei nostri maiali allevati allo stato semibrado” ci tiene a raccontare, mentre strizzando l'occhio porge al tavolo una selezione di salumi, Gli Stagionati, voce nel menu dedicato al territorio. In cuor suo Peppino sarebbe già pronto a scortare chi è seduto al tavolo fino al campo, per rimarcare quanto l'autenticità di quei sapori non sia casuale: ha a che fare con la qualità dell'alimentazione dell'animale e con le caratteristiche dell'ambiente in cui vive. Anche qui, niente di più semplice, niente di più speciale.

La cassa di risonanza di tutto ciò spetta naturalmente alla sala, guidata dal fratello di Arcangelo, **Pascal**, che ha voluto portare l'innovazione nella giusta misura.

Pascal e la sua squadra non mancano di fornire dettagli su ogni pietanza, di mettere in luce le sinergie con

i fornitori, di portare a confronto piccole e grandi etichette creando percorsi enologici tematici. Non c'è mai il desiderio di impartire lezioni, semmai una leggerezza narrativa che adotta solo chi ama la sana divulgazione. E chi vuole farti divertire, raccontandoti cose che contano. Proprio come si legge tra le righe del decalogo di Amodo, nel punto 8.

Abitare un luogo

Villa Maiella aderisce alla rete Amodo per tante altre ragioni. L'affiatamento nel team che si evince dalla sintonia della sala. Lo studio attento delle tradizioni (che trova sintesi in dettagli di preparazione e servizio; un esempio su tutti l'arrosticino di pecora servito nel legno di “vingh”). L'impronta alla digitalizzazione (in particolare nella carta dei vini, personalizzata e curata minuziosamente da Pascal). E poi, ovviamente, per tutte le sopra citate **intersezioni con il territorio**, che passano dagli elementi naturali alle persone, dalle risorse agronomiche a quelle animali. **Ma c'è una sensazione davvero preziosa che questa famiglia allargata è in grado di suscitare a chi le fa visita: loro, prima di ogni altra cosa, sanno abitare quel luogo.**

La sala di Villa Maiella



scopri Villa Maiella
su Amodo, la rete
dei ristoranti etici

Villa Maiella

Via Sette Dolori, 30
66016 Guardiagrele (CH)
Telefono: 0871 809319

www.villamaiella.it



LA SOSTENIBILE LEGGEREZZA *della Natura*

Da tre generazioni nei nostri campi a Borgo Tressanti in Puglia coltiviamo essenze rare e scomparse dedicate alla ristorazione d'Eccellenza, con l'esclusivo metodo di **Agricoltura Biofilica**.
Da un secolo questi campi crescono con noi e ci donano verdure e ortaggi elisir di lunga vita che curano alcune patologie, come afferma il recente studio dell'IRCCS S. de Bellis.



SPIRITO CONTADINO
VALORE ALLA TERRA

È COSÌ CHE COLTIVIAMO *Elisir di lunga vita*

L'IRCCS "Saverio de Bellis" di Castellana Grotte (BA) ha recentemente portato a termine uno studio scientifico di grande rilievo, volto a trovare una cura per la steatosi epatica. Grazie a una conoscenza profonda e a una competenza affinata nel tempo, frutto di oltre un secolo di lavoro appassionato e quotidiano a contatto con la terra, abbiamo offerto alla ricerca quattro delle nostre referenze che combattono l'accumulo di trigliceridi nel fegato: CIME DI RAPE, SENAPE SELVATICA DI CAMPO, GERMOGLI DI TORZELLA E CICORIELLA SELVATICA DI CAMPO.

Una sola porzione al giorno delle nostre verdure biofiliche, in sostituzione dei carboidrati, ha portato a risultati sorprendenti: regressione della malattia, perdita di peso e miglioramento di tutti i parametri vitali in 40 pazienti.



conferraneum[®]
RACCOLTI IN CIRCOLO

Tanti sono gli Chef, i pizzaioli e i ristoratori che ogni giorno ci scelgono come fedeli partner per il successo del loro business ed entrano nella nostra filiera **Conterraneum**.

Chiedi al tuo distributore di fiducia il nostro catalogo e scopri tutta la linea delle verdure al Naturale e in Crosta di Farina di Grano pensate per te!



www.spiritocontadino.com

www.chefdispirito.it



Calamaretto ripieni di verdure e crostacei

Ricetta dello chef Nicola Gronchi – Ristorante Romano di Viareggio

Ingredienti per quattro persone:

15 calamaretti per persona
carote gr. 150
zucchini gr. 80
2 foglie di basilico
10 sparnocchi
½ spicchio di aglio
5 foglioline di niebitella
Due fette di mollica di pane
1 uovo
olio extra vergine di oliva
peperoncino, sale e pepe quanto basta

Tempo occorrente : circa 30 minuti

Pulire accuratamente i calamaretti, togliendo gli occhi e la vescichetta lasciando attaccati i tentacoli. Pulire le carote e gli zucchini, tritarli finemente. Pulire accuratamente gli sparnocchi, sguisciarli togliendo il filo intestinale; cuocere i crostacei in una padella con due cucchiaini di olio extra vergine di oliva, il pane, la niebitella, il basilico,

l'aglio e il peperoncino per alcuni minuti.

Scolare i crostacei dalla padella, eliminando testa e coda lasciando solo la polpa, in un frullatore, unire il pane e si lascia frullare il tutto per pochi attimi, per ottenere un composto omogeneo.

Si versano nell'olio di cottura degli sparnocchi le carote e gli zucchini, si fa soffriggere il tutto dolcemente fino a quando le verdure saranno ben appassite, per poi unire il composto di pane e crostacei ottenuto, e si lascia cuocere per altri 5 minuti aggiustando di sale e di pepe.

Versare il ricavato in una capace terrina, unire l'uovo, mescolare accuratamente e riempire con questo composto le piccole sacche dei calamaretti.

Per compiere questa operazione possiamo servirci di un sacco poche.

A mano a mano che riempiamo i calamaretti, li adagiamo in una pirofila uno vicino all'altro, cospargendoli con un poco di olio extra vergine di oliva, sale e pepe.

Si mette la teglia in forno a circa 200° per circa 10 minuti, il tempo di far gratinare i calamaretti.

Servire in piatti individuali di portata.



Spaghetti cacio e pepe con guazzetto di scorfano dell'Adriatico

Ricetta dello chef Paolo Teverini di Bagno di Romagna

240 gr di spaghetti
1 spicchio d'aglio
5 gr di pepe in grani
100 gr di parmigiano grattugiato

Per il guazzetto:

400 gr di scorfano
1 spicchio d'aglio
10 gr di concentrato di pomodoro
30 gr di carota
30 gr di sedano
30 gr di cipolla
50 gr di olio

Preparazione

Sfilettare il pesce e mettere da parte la carne. Spezzettare la testa e le lisce. Tritare grossolanamente le verdure e l'aglio, che metterete a rosolare in una casseruola. Dopo 5 minuti di rosolatura, coprite il tutto con acqua calda, aggiungete il concentrato di pomodoro e fate cuocere fino a far concentrare il tutto. Passate in un frullatore, poi setacciate per ottenere una salsa fine.

Mettete a cuocere gli spaghetti in acqua bollente e salata. Mentre cuoce la pasta, tritate l'aglio e schiacciate i grani di pepe, che farete rosolare con un filo di olio. Aggiungete circa 100 gr di acqua e fate cuocere un minuto.

Tagliate a piccoli cubetti i filetti di pesce e metteteli a cuocere per 3 minuti nella salsa che avete preparato. Scolate la pasta ancora molto al dente e mettetela a finire di cuocere nella casseruola con il pepe e l'aglio, mischiando per favorirne la cottura finale e l'assorbimento del liquido. Togliete dal fuoco e aggiungete tre quarti del formaggio, mantecando bene.

Al centro di un piatto fondo mettete un anello di metallo nel quale andrete a posare gli spaghetti, mettete la salsa con i pezzetti di scorfano tutt'attorno. Aggiungete sopra gli spaghetti il restante formaggio e una abbondante macinata di pepe.





Autrice: **Marina Caccialanza**



Il Grappolo Ristorante, convivialità a tavola

Atmosfera accogliente, piatti gustosi e la vera pizza napoletana. Il Grappolo Ristorante a Zevio (VR) è il locale per tutti: obiettivo ospitalità raggiunto

L'ambientazione è ideale per offrire ogni confort degustando piatti sinceri e accattivanti, che soddisfano il palato e accontentano i gusti di tutti.

Il Grappolo Ristorante, gestione familiare e professionalità studiata per incontrare il favore del cliente con garbo ed efficienza, infatti, si trova alle porte di Verona, adiacente a uno svincolo tangenziale che favorisce l'accesso, circondata da numerose attività produttive; dispone di un ampio parcheggio e un grande giardino circondato dal verde. Insomma, con i suoi 180 posti la location permette un ambiente curato ma informale, un accesso confortevole e ogni servizio possibile, per ogni occasione dal business lunch alla serata tra amici o al pranzo di famiglia per la cresima.

Renato Anselmi è alla guida dell'attività e sua figlia Sara dirige la sala con grande efficienza e garbo dal 2018, tanto che Il Grappolo è diventato punto di riferimento della zona.

“Abbiamo una clientela molto ampia – spiega Sara – e le nostre proposte spaziano dal menù di lavoro a prezzo calmierato al pranzo per la famiglia, per la coppia o per la compagnia di commensali. Tutti trovano la dimensione ideale da noi perché abbiamo cercato di offrire soluzioni e ospitalità in linea con

ogni esigenza. Per questo abbiamo studiato una carta che spazia tra carne e pesce, un menù bambini, composto di piatti divertenti e sani, affinché si sentano a loro agio a tavola, e siamo pet friendly: i nostri clienti possono tranquillamente portare il loro cane che sarà accolto con gioia. Gli spazi del locale e l'ampio plateatico ci permettono di offrire ospitalità senza limiti e questa apertura è un plus che la nostra clientela apprezza”.

Sempre aperto, 7 giorni su 7, a pranzo e a cena, Il Grappolo Ristorante soddisfa davvero un pubblico ampio e la sua cucina incontra le richieste più diverse puntando su piatti popolari e accattivanti, mai banali e curati nel dettaglio: dalla pasta fresca al tartufo, dalle fantasie di mare alla pizza fritta, dalle specialità bbq alla tartare. Elaborazioni raffinate che trovano nella semplicità di una ricetta ben eseguita e corredata da abbinamenti armoniosi la perfezione dettata dalla competenza.

La pizza è il punto di forza ma il menù accontenta gli amanti della carne e del pesce indistintamente perché strutturato per palati di ogni genere. Racconta Sara Anselmi: “Cerchiamo di rispondere alla tendenza moderna di una cucina conviviale e generosa nei sapori e negli abbinamenti. Questo è ciò che la gente cerca, secondo noi, un luogo accogliente dove sentirsi coccolati e scegliere tra cibi gustosi e genuini. Il menù di carne, per esempio, è la nostra specialità e propone piatti alla griglia come la fiorentina, il cube roll di Black Angus o la tagliata di Garronese, oppure pietanze preparate a bassa temperatura come le costine di maiale glassate con salsa bbq al miele. E poi, siccome ci piace pensare che la condivisione sia un ingrediente fondamentale a tavola, molto apprezzati sono i nostri taglieri di salumi e formaggi oppure la frittura tradizionale mista, alla napoletana, che, al centro del tavolo, costituiscono il pretesto per un momento di convivialità tutto da gustare”. La pizza non potrebbe mancare in un locale dove il piacere del relax sta al centro della tavola. È il piatto dell'al-

legria per eccellenza, quello che mette d'accordo tutti. Se poi è pizza alla napoletana, la tradizione è salva e il palato soddisfatto. Ma attenzione, perché, come spiega Sara: “La pizza alla napoletana non è semplice da preparare, occorrono competenza ed esperienza per gestire al meglio l'impasto. Ci vuole tempo, è un impasto che chiede di essere coccolato ed è difficile da maneggiare, basta un dettaglio, come un minuto in più di riposo, per compromettere il risultato. Per questo motivo scegliamo anche gli ingredienti con molta cura, come la farina che deve essere adatta alla lavorazione. Abbiamo scelto **la Rossa di 5 Stagioni** perché risponde perfettamente alle nostre esigenze e adottiamo un procedimento frutto di esperienza. Secondo questi principi siamo in grado di presentare in tavola una pizza composta di 280 gr di impasto lievitato e maturato fino a 48 ore con prefermento biga, cotto in forno a legna a 400 °C, condita con topping tradizionali o più gourmet, secondo le preferenze, arricchito da ingredienti particolari, per esempio il pomodorino giallo passato o la salsa di San Marzano, mozzarella di bufala o fior di latte, le verdure fresche e i salumi tipici. Sia nel menù pizza che in quello cucina proponiamo mensilmente un piatto o una pizza del mese, per dare sempre nuove alternative a quei clienti abituali che amano provare un tocco di novità”. Perché al Grappolo Ristorante, a Zevio, l'obiettivo è far sentire bene il cliente, come a casa.

Il Grappolo Ristorante

Via Spartidori 38
37059 Zevio (VR)
Tel. 045 540028

www.ilgrappoloristorante.it





Autore: **Guido Parri**

Pane Nostrum a Senigallia: attese 50mila presenze l'11, il 12 e il 13 ottobre

Tra gli ospiti d'onore il "mago del panettone" Achille Zoia

Pane Nostrum – Il Salone Nazionale dei Lievitati, giunto quest'anno alla 21esima edizione, animerà la spiaggia di velluto con un ricco programma tutto dedicato all'arte bianca.

Dall'11 al 13 ottobre si vivrà un evento unico nel suo genere che si è imposto a livello nazionale come punto di riferimento per gli addetti ai lavori e che punta quest'anno a superare le 50mila presenze.

Nel cuore della città marchigiana, presso il Foro Annonario, ci sarà il centro della manifestazione, con attività dislocate anche in piazza Manni, tra stand, masterclass, incontri con gli esperti dell'arte della panificazione, show cooking e degustazioni.

Nell'area fiera B2B, distribuita sulle due piazze attigue al Foro, ci saranno gli spazi degli espositori (aziende e professionisti che porteranno materie prime, ingredienti, macchinari, attrezzature, arredamento, packaging e servizi) per far incontrare domanda e offerta e confrontarsi a livello tecnico sulle novità del settore e gli expertise nel campo dei lievitati.

Nell'attigua area B2C i visitatori potranno scoprire e acquistare i prodotti finali di panificatori, pizzaioli e pasticci, molti ottenuti anche da ingredienti alternativi come farine senza glutine o lieviti naturali, per soddisfare le esigenze di un pubblico sempre più attento alla salute e alla sostenibilità. Sono previsti circa 50 espositori provenienti da tutte le regioni d'Italia.

Nell'area Masterclass, sempre collocata nel Foro Annonario, si svolgeranno corsi e laboratori rivolti ai professionisti del settore, mentre il "Caffè con i Maestri", nell'ex pescheria del Foro Annonario, ospiterà convegni, dibattiti, eventi editoriali, presentazioni di nuovi progetti e approfondimenti per esplorare il mondo agroalimentare partendo dalle origini, dalla semina fino al consumo, con un focus sulle novità e le nuove tendenze di mercato. E non finisce qui, perché nella Temporary Bakery gli spettatori potranno assistere a originali show cooking e dimostrazioni di abilità da parte degli esperti nell'arte della panificazione.

Ospite d'onore dell'edizione 2024 il mago degli impasti e della lievitazione naturale Achille Zoia, milanese classe 1936, famoso soprattutto per il suo Panettone Paradiso: l'impasto base prevede uvetta, noci e gocce di cioccolato e viene guarnito con una glassa a base di zucchero, mandorle, nocciole e un po' di cacao.

"Siamo lieti di annunciare le nuove date di Pane Nostrum – Il Salone Nazionale dei Lievitati. – dichiara il professor **Massimiliano Polacco**, direttore generale Confcommercio Marche Centrali – Con il sindaco di Senigallia abbiamo condiviso l'obiettivo di portare questa manifestazione ad essere un punto di riferimento per il mondo dei lievitati e dell'arte bianca in Italia, un luogo dove i professionisti possano formarsi, informarsi, confrontarsi e incontrare potenziali fornitori ecco perché quest'anno l'area fiera B2B avrà un ruolo di particolare rilievo".

Massimo Olivetti, sindaco di Senigallia, rilancia affermando che "La formula rinnovata di Pane Nostrum, divenuto un momento di incontro tra i cultori dell'arte bianca, rappresenta un appuntamento di grande rilievo per la nostra città. Poter assistere alle lezioni dei più grandi maestri panificatori è un'occasione che attira nella nostra città, vocata all'accoglienza turistica, tantissimi professionisti e appassionati. Ringrazio Confcommercio e gli altri partners che l'affiancano per aver organizzato anche quest'anno un evento così attrattivo".



Ristorazione
Tradizionale



Banqueting ed Eventi



Buono, pronto, fresco.
Sempre.

Orogel
su misura
per te.



Gastronomie

Bar e Ristorazione Veloce



Pizzeria
e Arte Bianca

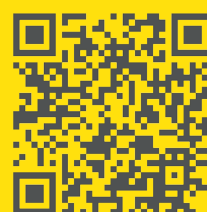


Ristorazione
Commerciale

Piatti **facili** e **veloci** per un **bis** assicurato.

Ecco tutti i vantaggi:

- Offrire ogni giorno proposte diverse e di qualità.
- Preparare solo quello che serve, evitando gli sprechi.
- Risparmiare tempo in cucina, senza personale specializzato.
- Tenere sotto controllo il food cost.



Scopri tutte
le nostre proposte!



Autrice: **Marina Caccialanza**

Le caratteristiche uniche del Panettone

Il Panettone, dolce tra i più amati e popolari, torna alla ribalta. All'arrivo di settembre riconquista il suo ruolo storico nella progettazione produttiva di ogni professionista della pasticceria

www.dallagiovanna.it

È tempo di pensare al Panettone, simbolo indiscusso delle feste natalizie. Un dolce che richiede non solo competenza e amore, ma anche la scelta accurata degli ingredienti, primo fra tutti la farina. Quali sono le caratteristiche che lo contraddistinguono? E quale il ruolo delle farine? A queste domande risponde Molino Dallagiovanna che ne propone diverse tipologie ottenute dalla selezione dei migliori grani italiani, farine che permettono di esaltare il sentore aromatico degli ingredienti utilizzati negli impasti come il burro, la vaniglia, la frutta ecc.

Le farine Dallagiovanna sono frutto di lunga e attenta ricerca e abbracciano una gamma ampia e varia, offrono facilità d'uso, garanzia di ottima riuscita e la versatilità di impiegarle per usi diversi secondo le esigenze del professionista.

Ogni tipologia di farina è in grado di esaltare maggiormente una delle quattro P, che caratterizzano il Panettone, rendendolo un capolavoro unico di arte pasticceria: Provenienza, Particolarità, Profumo, Performance. Esaminiamole in ordine:

Provenienza: per un panettone 100% italiano

Per un panettone 100% italiano, Molino Dallagiovanna propone la farina Anna de *leDivine*. Ottenuta da una selezione di grani pregiati nazionali, è ideale per le lunghe lievitazioni, per panettoni e colombe, ma anche per biga e lievito madre, pizze e focacce, brioche e croissant. La linea *leDivine* include anche Sofia, ideale per brevi lievitazioni e Monica, che eccelle nella media lievitazione.



Particolarità: per un panettone *del senza*

Per un panettone che soddisfa le esigenze di celiaci, di intolleranti al glutine o di chi semplicemente sceglie un'alimentazione alternativa, Molino Dallagiovanna offre il suo Preparato Senza Glutine speciale per dolci lievitati. Un prodotto senza glutine, unico nel suo genere, ideale per panettone, pandoro e colomba, ma adatto tutto l'anno per ricette di brioche e cornetti.



Profumo: per un panettone dall'aroma unico

Per panettoni più profumati, ricchi di fibre e gusto c'è la linea UNIQUA con la nuova Magenta di Tipo 2, ricca di parte cruscale, ma molto estensibile, che permette di ottenere prodotti scioglievoli al palato, gustosi e dalle elevate performance. Sempre della linea UNIQUA e adatti per il re dei lievitati anche la Tipo 1 Blu e la Integrale Rossa.



Performance: per un panettone ben sviluppato, che dura più a lungo

A chi desidera prodotti ben sviluppati, Molino Dallagiovanna propone Panettone, Panettone Z e Rinfresco del Lievito Madre de *leDolcissime*, la linea in sette referenze per soddisfare tutte le esigenze di impasto della pasticceria contemporanea. La farina Panettone, elastica ma resistente, è facilmente lavorabile e permette di realizzare ricette ricche, con un buon equilibrio proteico e un'ottima conservabilità. La Panettone Z, realizzata

in collaborazione con il Maestro Achille Zoia, è una farina più gentile a livello proteico, ma forte. Infine Rinfresco del Lievito Madre, la farina sviluppata con il Maestro Iginio Massari, appositamente per il rinfresco del Lievito Madre. Ideale per i lievitati da ricorrenza, è un prodotto bilanciato, che assicura un lievito ben sviluppato, profumato e con il giusto equilibrio di acidità.



Infine, poiché per produrre un ottimo Panettone occorre il lievito adatto che, si sa, è un elemento importantissimo, Molino Dallagiovanna completa l'offerta proponendo anche il lievito per Panettone, Balancepower, lievito naturale inattivo, sviluppato per il mondo della pasticceria, ideale per grandi e piccoli lievitati. Si tratta di un lievito sempre bilanciato e dal risultato costante, che garantisce struttura, alveolatura e un aroma delicato; utilizzato in un dosaggio di 5-20% sul peso della farina è in grado di esaltare gli ingredienti della ricetta.



Clicca e leggi l'articolo sul web



La Redazione

La Mortadella Amor del Territorio

Un'eccellenza frutto della tradizione innovativa di Fratelli Guerriero, un'istituzione dal 1989



La capacità di evolversi nel tempo restando saldi ai propri principi fondanti. Ecco la cifra di Fratelli Guerriero, un nome che evoca immediatamente valori come qualità, tradizione e rispetto.

Fondata oltre trent'anni fa e ampiamente riconosciuta nel panorama gastronomico italiano, l'azienda ha saputo restare coerente con la propria missione: offrire prodotti di salumeria di elevata qualità, realizzati con passione e competenze tramandate e in continua evoluzione.

L'attenzione meticolosa alla propria offerta di prodotti resta legata alla volontà di distinguersi nel mondo della salumeria di alto livello, frutto di passione e competenza. La famiglia rimane la spina dorsale dell'azienda, capace di mettere al centro una visione moderna che conserva gli elementi che hanno contribuito al successo trentennale di Fratelli Guerriero.

La tradizione artigianale si sposa dunque con le tecnologie più avanzate, garantendo così prodotti che rispettano le ricette originali, ma con standard qualitativi sempre più elevati.

La mortadella Amor del Territorio

Il prodotto più recente, che va ad inserirsi nella linea Amor del Territorio, è la mortadella, pensata per soddisfare anche i palati più esigenti. Con la linea Amor del Territorio, infatti, Fratelli Guerriero esprime il meglio della propria eredità familiare resa attuale dall'in-

novazione tecnologica.

Al centro la qualità delle materie prime che parte dalla selezione accurata delle carni. Fratelli Guerriero utilizza soltanto carni suine di prima scelta, da animali allevati esclusivamente nel territorio in aziende, certificate e controllate, che si impegnano concretamente a garantire il benessere degli animali sottoponendoli a un corretto regime alimentare. La proprietà sia del macello che del salumificio permette di utilizzare carni fresche a pochi giorni dalla macellazione in pieno rispetto della tradizione veneta. Le carni seguono un rigoroso processo produttivo che conserva un forte legame con la tradizione artigianale, nonostante lo stabilimento disponga delle più moderne tecnologie. Ogni mortadella viene lavorata con cura, rispettando tempi di cottura e stagionatura che esaltano il sapore e la consistenza del prodotto. Le ricette sono state studiate e messe a punto con la collaborazione di gastronomi per un risultato fedele alla tradizione e al tempo stesso sorprendente per gusto e originalità. Una mortadella con un sapore trasversale conferito dall'equilibrio degli aromi, estremamente digeribile grazie alla selezione di tagli pregiati e ai pochi conservanti. L'Amor del Territorio si sente e una fetta tira l'altra, mantenendo una leggerezza che non stanca il palato e non appesantisce. Un altro tassello dell'eredità gastronomica che la Fratelli Guerriero vuole tramandare alle generazioni future, all'insegna del buongusto.



Un partner affidabile per i ristoratori

Per i ristoratori, scegliere i prodotti Fratelli Guerriero significa fare una scelta strategica che può trasformare e migliorare significativamente la propria offerta culinaria. Grazie alla qualità delle materie prime e al meticoloso processo produttivo, le mortadelle Fratelli Guerriero non solo soddisfano i clienti più esigenti, ma diventano anche un punto di forza distintivo per qualsiasi menù.

La partnership con i Fratelli Guerriero va oltre la semplice fornitura di prodotti. L'azienda offre un servizio di supporto personalizzato che include un'assistenza costante per garantire che ogni ristoratore possa trarre il massimo beneficio dai prodotti, declinandoli su misura delle proprie esigenze. La logistica efficiente assicura consegne rapide e puntuali, permettendo ai ristoratori di gestire al meglio il proprio stock e di

mantenere sempre alta la qualità del servizio offerto ai clienti.

In un settore come quello della ristorazione, dove la competizione è sempre più agguerrita, avere un partner affidabile e di prestigio come i Fratelli Guerriero può fare davvero la differenza. La dedizione alla qualità, combinata con una continua ricerca di innovazione, rappresenta una garanzia di successo per chi vuole offrire un'esperienza gastronomica unica e indimenticabile.

La nuova linea Amor del Territorio dei Fratelli Guerriero è pronta a conquistare i palati di tutto il mondo con prodotti distintivi, che uniscono tradizione e modernità, gusto e salute. Affidarsi a Fratelli Guerriero significa trasformare ogni pasto in un'esperienza straordinaria, capace di lasciare un segno indelebile nei clienti e di fidelizzarli nel tempo.

Clicca e leggi l'articolo sul web



Autrice: **Marina Caccialanza**

Ice Wer e la rivoluzione della creatività

Creazioni uniche e riconoscibili per i professionisti dell'ospitalità, affinché qualità e servizio, originalità e praticità possano convivere e fornire il supporto necessario all'attività di ogni operatore della ristorazione, aggiungendo stile e valore alle loro proposte

www.icewer.com



La storia di Ice Wer comincia negli anni '70 quando i fratelli **Walter e Roberto Cereser** decidono di dedicare la loro passione per l'arte molitoria e la panificazione, ereditata dalla famiglia, allo sviluppo di un'attività strutturata per la distribuzione di farine e specialità per l'arte bianca, nasce così l'azienda Mesulana in provincia di Treviso.

Sapori autentici, tradizione, cultura e storia sono gli elementi base di questa nuova realtà giovane e dinamica che, negli anni, cresce e segue lo sviluppo del mercato, le richieste di una clientela sempre più esigente, le trasformazioni della società. Nascono nuove linee di prodotto, non solo per la panificazione ma per la pasticceria, per la gelateria. La gamma mira a comprendere e abbracciare un pubblico di professionisti sempre più ampio.

All'inizio degli anni '90 **Walter Cereser decide di lanciarsi in un'avventura sempre più grande e nasce Ice Wer**, azienda dall'identità precisa, dedicata al mondo della decorazione, dell'innovazione e del design e mentre l'attività storica resta invariata, ad essa si affianca quella della distribuzione di prodotti d'eccellenza a grossisti distributori di tutta Italia.

Trent'anni di impegno, una filosofia ben delineata

Di cosa ha bisogno il mondo dei professionisti della ristorazione, della pasticceria o della gelateria? Di pro-

dotti eccellenti, certamente, frutto di continua ricerca e specializzazione, ma anche di un servizio attento e puntuale. Oggi, **Ice Wer è leader di settore e soddisfa le richieste del mondo della pasticceria, gelateria e ristorazione** grazie all'impegno e alla professionalità che hanno permesso di creare e mettere a disposizione degli operatori prodotti innovativi e di qualità, offerti con un servizio attento e puntuale.

Ma **il vero punto di forza di Ice Wer è credere nelle proprie idee**, saperle trasmettere ai professionisti alla ricerca di originalità, sperimentazione e unicità attraverso la sua gamma di prodotti, tutti personalizzabili, in grado di stimolare la creatività, la fantasia e l'inventiva. Il moderno stabilimento, inoltre, partner ideale di questa filosofia e delle azioni che da essa traggono avvio, consente una logistica efficiente strutturata in un magazzino di 4000mq; una cella dedicata al cioccolato e ai prodotti che devono essere conservati a una temperatura di circa 16 °C/18 °C con umidità non superiore al 50%; una apposita cella di congelamento di ultima generazione. A queste caratteristiche si aggiungono un team affiatato e adeguatamente preparato; velocità nell'evasione degli ordini, con consegne che avvengono normalmente in 24/48 ore e una rete di circa 130 distributori/grossisti grazie ai quali è possibile coprire l'intero territorio nazionale.

Alla ricerca del prodotto giusto

Al servizio del professionista, Ice Wer dispone di 5 linee

merceologiche create per agevolare la ricerca del prodotto giusto per ogni necessità e situazione.

1) Le Personalizzazioni: nate per firmare le proprie creazioni e renderle uniche e riconoscibili; blister, transfer e placchette per cioccolati di diversi formati e varietà di colore;

2) La Magia dei Decorati che comprende:

- Decorati Finiti: una linea innovativa in cioccolato, marzapane e wafer per decorare e impreziosire con fantasia le proprie creazioni;
- Decorati da fare: per dare libero sfogo alla propria creatività e mettere in risalto la propria professionalità.

3) Krokali: piccole note di colore, consistenze e forme diverse unite ad alta qualità per una gamma di granelle perfette per decorare e variegare.

4) I Cotti da Forno: uniscono originalità, tradizione e gusto a qualità ed estetica; la linea è composta da:

- I Cotti da Forno
- Prodotti alimentari Intermedi (PAI) dolci e salati
- Friandises Ready to Fill e Finger Revolution per creazioni classiche o moderne
- Aperitivo Stile Italiano
- Snacking Ready to Fill che interpreta il pranzo veloce.

5) Specialità: una raccolta di prodotti all'avanguardia e di alta qualità per i professionisti che cercano di osare con soluzioni originali e sapori inaspettati; questa linea comprende:

- Choco Cups
- Cioccolatini e Piccola Biscotteria da Tè
- Elements-Inspirazioni per Food e Dessert, linea rivoluzionaria
- Colors Clean Label, coloranti alimentari con etichetta pulita-E free
- Ingredient, testurizzanti, amidi, acidi, sali, emulsionanti, stabilizzanti e zuccheri per creare soluzioni creative dalla pasticceria alla gastronomia o gelateria e beverage.

È arrivata la Fingerfood Revolution

In un ristorante top o in un cocktail bar, perfino in un chiosco di quartiere, il Fingerfood è il prodotto che accontenta tutti perché dà la possibilità di sperimentare abbinamenti insoliti, giocare con diverse texture ed è versatile, si adatta all'aperitivo, al rinfresco, diventa una perfetta entrée o può fungere da antipasto. Può perfino sostituire un pasto veloce.

La sua caratteristica è che va consumato con le mani e per questo deve essere composto di ingredienti ben sistemati in modo che si possano gustare tutti i sapori ma...senza sporcarsi.

Ice Wer ha sviluppato a questo scopo una linea di Fingerfood "rivoluzionaria" perché completamente edibile. Tradizione, innovazione, texture diverse, forme originali, colori naturali danno vita a contenitori pronti per essere riempiti di bontà nel rispetto dell'ambiente e con vantaggi particolarmente interessanti per il gestore di un'attività di somministrazione:

- nessun costo di smaltimento
- non inquinano
- occupano meno posto in magazzino
- necessitano di minor servizio
- sono più originali
- sorprendono e divertono il cliente
- soddisfano il gusto e la vista.

Il Fingerfood di Ice Wer è personalizzabile allo stile di ogni tipo di locale, con clientela diversa e dalle diverse aspettative. Ed ecco che possiamo parlare di Fingerfood Revolution Easy e Fingerfood Revolution Gastro, dove per Easy si intende un prodotto semplice, facile da utilizzare e con ricette veloci e Gastro con ricette e sapori più elaborati che richiedono la competenza professionale di uno chef.

L'Accademia del Buono

La novità è uno spazio formazione per i professionisti: **inaugurata nel settembre 2022, Accademia del Buono si è già distinta per la qualità dei servizi che offre**: dimostrazioni e corsi tenuti da professionisti del settore riconosciuti a livello internazionale, un laboratorio all'avanguardia, un'ampia sala, comoda e confortevole, sono alcuni degli ingredienti che la rendono uno spazio vivo, bello, colorato dove è possibile formarsi, confrontarsi e trovare stimoli sempre nuovi.

L'esperienza di questi due anni ha permesso a Ice Wer di capire quelle che sono le esigenze dei professionisti e, oggi, Accademia del Buono diventa un po' più grande e presenta uno spazio nuovo a partire da settembre 2024: l'esclusivo Showroom Multiservice, una porta d'accesso personale al mondo Ice Wer, per immergersi in un'esperienza completa e personalizzata, pensata per far conoscere e apprezzare l'intera gamma dei prodotti dell'azienda.

Attraverso una visita guidata il visitatore sarà condotto alla scoperta dell'azienda e dei prodotti offerti, attraverso strumenti coinvolgenti come tutorial, video, Quaderni delle Applicazioni, presentazioni multimediali, materiale didattico e tanto altro.

Il team commerciale di Ice Wer sarà al fianco del professionista per aiutarlo a individuare i prodotti più adatti alle sue esigenze, offrendo approfondimenti commerciali, analisi dettagliate e uno studio dei trend di mercato. Potrà toccare con mano la qualità dei prodotti attraverso degustazioni guidate, analisi organolettiche e la scoperta di ricette originali in un'atmosfera stimolante.

IL PARTNER IDEALE PER IL TUO BUSINESS



PANZEROTTI MOZZARELLA
E POMODORO



POLENTA STICK PANATA
AL ROSMARINO



MOZZARELLE PANATE



CUORI DI PARMIGGIANO
REGGIANO



FIORI DI ZUCCA PASTELLATI



OLIVE ALL'ASCOLANA

Dal 1986, CGM unisce la **tradizione gastronomica italiana** all'esplorazione delle tecnologie alimentari del freddo. La nostra missione è la stessa di 38 anni fa: aiutare i professionisti dell'HoReCa e della GDO nella sfida di deliziare i palati più esigenti con prodotti surgelati pratici e di qualità.

Nel piatto, qualità. Nel menù, la scelta.



cgm
natural frozen food



COME AND
VISIT US

PARIS NORD VILLEPINTE
19 - 23 October 2024
Padiglione 5A - S166





Peanut Butter Calvé: l'evoluzione della tradizione!

Il nuovo **Peanut Butter Calvé**, ricco di proteine e fonte di fibre, ti permette di personalizzare e arricchire piatti dolci e salati, anche internazionali, con un gusto di tendenza.

Grazie alla sua consistenza cremosa e croccante è ideale da spalmare nei panini e nei toast ma anche per insaporire salse, marinature, zuppe oppure dare un tocco in più ai tuoi dolci.

- formato conveniente e pratico;
- ricco di fibre;
- fonte di proteine;
- adatto a una dieta vegetariana;
- senza zuccheri aggiunti.



Scopri di più su [ufs.com](https://www.ufs.com)



Unilever
Food
Solutions

Clicca e leggi l'articolo sul web



La Romagna dei ristoranti: storie di menu

Maurizio Campiverdi e Franco Chiarini, due appassionati collezionisti di menu, hanno dato vita a un volume frutto delle loro collezioni ma che si rivela pure uno straordinario lavoro di ricerca degli ultimi cento anni su come è cambiata la ristorazione in Romagna. È un libro di grande formato, realizzato in sole 800 copie numerate e firmate ma che si può richiedere direttamente agli autori.

Vedere i menu in francese dei primi anni del secolo scorso a cura del Grand Hotel di Rimini fino ai menu cartolina delle piccole pensioni romagnole, diventate un fenomeno di massa anche per la qualità casalinga dei loro piatti, è davvero un salto enorme ma che si lega in una dimensione, quella della Romagna, che del buon cibo ha fatto una bandiera.

“La cucina regionale non esiste. Lo ripeterò anche qui: - scrive Massimo Montanari, storico dell'alimentazione nell'introduzione - la regione è entità politico-amministrativa, la cucina è fenomeno culturale. Le due cose non combaciano... Per questo mi piace introdurre un volume che parla di Romagna, una non regione”.

Con questa premessa inizia un viaggio originale, fatto di cultura molte volte popolare che non deve essere dimenticata. Un plauso, quindi, ai due autori.



La Romagna dei ristoranti: storie di menu

Maurizio Campiverdi,
Franco Chiarini
Edizioni Moderna
Pagg. 143
Euro 32



Luxury Food

Annalisa Cavaleri
Franco Angeli editore
260 pagg.
Euro 28
www.francoangeli.it

Luxury Food

In un'intervista fatta un paio d'anni fa ad Antonia Klugmann mi colpì l'affermazione che “tra poco ci si vergognerà di consumare cibi di lusso, come è successo con le pellicce”. Era una visione condivisa che ora ritrovo nel bel libro di Annalisa Cavaleri - Luxury Food - dove si afferma il cambio del paradigma nel cibo di lusso: “Il cibo di lusso, infatti, ha completamente cambiato aspetto negli ultimi anni: oggi le parole chiave non sono più, come un tempo, eccesso e ostentazione, ma territorio, sostenibilità, etica e rispetto”.

Un libro che, per le sue caratteristiche, si rivolge in primo luogo agli studenti in formazione e ai professionisti del food&wine, ma anche a esperti di marketing e comunicazione, ai manager e agli appassionati di enogastronomia.

Nel tratteggiare una storia del lusso a tavola, che porta dall'eccesso alla sostenibilità, il testo mostra con lucidità i cambiamenti epocali del mondo del cibo e del suo business.



dal 1980
**UNA GRANDE REALTÀ
FAMIGLIARE**



Tradizione familiare e qualità surgelata:

Gli ingredienti perfetti
per ogni tavola!



www.kochbz.it





Autore: **Guido Parri**

Una famiglia e una storia di collaborazione: questa è Centro Carni Company

Dietro ad ogni prodotto c'è una realtà imprenditoriale e dietro ad ogni realtà imprenditoriale c'è molto spesso una famiglia. Ed è da qui che vogliamo partire, dalla storia che ha portato Centro Carni Company ad essere l'azienda che è oggi.

Era il 1890, forse qualche anno prima, quando due famiglie di Tombolo, un piccolo paesino nella provincia di Padova, i Pilotto e i Beghetto unirono i propri sforzi per dare vita ad una collaborazione professionale incentrata sul commercio della carne bovina. Un rapporto che nel tempo si è evoluto, passando attraverso scenari economici e storici sempre diversi, a volte molto complessi e tuttora in costante mutamento. È da quella antica collaborazione fondata sulla passione per il lavoro, per la ricerca delle materie prime migliori, per la selezione accurata dei collaboratori e dei fornitori, che si è arrivati fino ad oggi, in cui in Centro Carni Company lavora la quarta generazione delle due famiglie: una generazione di giovani che sta mettendo a frutto tutte le esperienze passate e gli importanti valori trasmessi immutati attraverso i decen-

ni. Un passato fatto di ricordi emozionanti, come i viaggi fatti per intercettare nuovi clienti, le visite presso le stalle per conoscere di persona gli allevatori, la formazione sul campo per studiare la materia prima, dalla mezzena al prodotto finito. Una passione che si avverte ancora oggi e che si traduce in uno sforzo costante, finalizzato a soddisfare ogni giorno le esigenze del consumatore finale e a cercare di creare un ambiente ideale di lavoro per tutti i dipendenti. Quando acquistiamo un prodotto al supermercato o lo consumiamo al ristorante non conosciamo il più delle volte il percorso che ha portato alla sua realizzazione: spesso esso non è solo il risultato processi industriali o artigianali affinati nel tempo, ma racconta una storia di famiglia, di persone e del loro impegno quotidiano. "Dare benessere alle persone credendo con passione nell'innovazione e nel miglioramento", recita la Mission di Centro Carni Company: un impegno che l'azienda continua a portare avanti per garantire eccellenza e qualità ai propri consumatori.

Per info: <https://centrocarnicompany.com/it/azienda>



MOLINO Spadoni

presenta

Chella llà! FARINA PER PIZZA Napoletana



CARATTERISTICHE PRODOTTO

FARINA DI GRANO TENERO TIPO "0"

W	250 - 280
P/L	0,5 - 0,7
Proteine	12 g
Disponibile nei Formati	5Kg - 25Kg

Il nome, un tributo alla lingua partenopea, non lascia dubbi: è proprio "Chella llà!" la farina giusta per preparare la vera pizza della tradizione napoletana. **Farina di grano tenero tipo 0**, con una forza di **W 250-280**, un ottimo potere di assorbimento e **ideale per ogni tipo di lievitazione**. Offre agli utilizzatori la certezza di poter contare su un prodotto di elevata qualità, con grano selezionato, sottoposto a rigidi controlli di processo come da prassi **Molino Spadoni**, con caratteristiche conformi alla preparazione dell'autentica pizza partenopea.



@molinospadoni_professional coaching@molinospadoni.it www.molinospadoni.it

*Alta qualità De Cecco.
 Non è un segreto: è un Metodo.*



In De Cecco non abbiamo segreti. Quando chiedono come facciamo a fare una pasta così buona, raccontiamo il nostro metodo, che seguiamo da più di 130 anni.

Usiamo solo i migliori grani duri d'Italia e di tutto il mondo, severamente controllati, che devono risultare assolutamente salubri.

Li maciniamo, nel nostro mulino, a "grana grossa", preservando l'integrità del glutine, per una pasta sempre al dente.

Impastiamo con acqua fredda di montagna, a una temperatura inferiore ai 15°C, per una perfetta tenuta in cottura.

Utilizziamo le tradizionali trafile ruvide, che danno alla pasta la porosità ideale per catturare i condimenti.

Infine, l'essiccazione lenta a bassa temperatura rispetta la pasta e ne preserva al meglio tutte le virtù organolettiche e nutrizionali. Con il profumo e il sapore del grano che arrivano intatti sulla vostra tavola.



Per saperne di più
www.dececco.com

di De Cecco ce n'è una sola.





Integrale De Cecco. Amore per la pasta

Sapore deciso e gustoso, profumo intenso, consistenza perfetta: questa è la pasta integrale De Cecco. Ottenuta dal chicco intero, compreso il prezioso germe di grano, naturalmente ricca di fibre e fosforo. Il metodo De Cecco, con l'essiccazione a bassa temperatura, evita il "danno termico" preservando al meglio le virtù organolettiche e le caratteristiche nutritive della semola. E oggi, con la nuova confezione in carta certificata FSC, la pasta integrale De Cecco è buonissima anche per l'ambiente. Infatti, le confezioni più leggere richiedono meno consumo di carta, meno spazio per il trasporto, quindi meno inquinamento.

Questa confezione è in carta certificata FSC, contribuendo in questo modo a salvaguardare le foreste e le popolazioni che da esse dipendono.

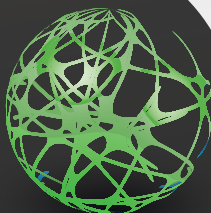


di De Cecco ce n'è una sola.

www.dececco.com

40 SOCI

che servono l'Italia, la Corsica,
la Costa Azzurra, l'Austria,
la Svizzera, La Slovenia



480 MEZZI DI TRASPORTO

che percorrono ogni
provincia italiana per
consegne in 24H



5 LINEE di prodotti a marchio

bigchef
cateringgross

salumireali
cateringgross

deliziedilatte
cateringgross

menoventuno
cateringgross

**easy
professional**
cateringgross

65.000 PUBBLICI ESERCIZI

serviti quotidianamente



84.000 mq

di magazzini, celle
frigorifere, uffici
suddivisi tra 42 soci



OLTRE 500 AGENTI DI VENDITA



8.200 REFERENZE

food e non food
in allestimento

sala&cucina

MAGAZINE DI ACCOGLIENZA E RISTORAZIONE

IL MAGAZINE

che raggiunge più di 100.000
operatori della ristorazione

cateringgross

Il primo gruppo cooperativo della distribuzione italiana
nel food service con 41 aziende associate e più
di 65.000 esercizi pubblici serviti in ogni regione.

www.cateringgross.net