

Qualitaly

MAGAZINE

IN SALA

Prenotazioni, le app avanzano

IN TAVOLA

Vini come bio comanda

IN DISPENSA

Verdure surgelate
qualità e praticità sottozero

IN CUCINA

Quando
il rischio
corre tra
i fornelli

PRIMO PIANO

Norme e ristoranti.
Un passo avanti
e due indietro



TOCCA CON MANO LA QUALITÀ DELLA NOSTRA MACINATA A PIETRA



Le 5 stagioni Macinata a pietra:
dal leader della farina per pizza.

Da una macinazione lenta a bassa temperatura con mole di granito a ridotto effetto di stress sui chicchi di frumento, Le 5 Stagioni dà vita a una farina integra con un profumo e un sapore più intensi e un alto tenore proteico. Usala per creare pizze fragranti e digeribili, dal sapore di una volta.

www.le5stagioni.it +39 049 9624611 curtarolo@agugiarofigna.com

The Ad Store Italia



LA PASSIONE PER LA PIZZA



EDITORIALE



Mauro Guernieri
Direttore responsabile
Qualitaly Magazine

EFFICIENZA ED EFFICACIA

L'anno scorso si è chiuso con una serie di misure che hanno dei riflessi vuoi positivi, vuoi critici per l'attività ristorativa. Ci riferiamo all'obbligo del tappo antirabocco sulle bottiglie d'olio vergine ed extravergine d'oliva da mettere in tavola, all'innalzamento dell'esenzione per i buoni pasto e all'obbligo di indicare gli allergeni in menu. Ad essi dedichiamo il nostro primo piano dal quale emerge come a un provvedimento decisamente positivo, se ne affiancano due più criticati dalle associazioni di rappresentanza degli operatori della ristorazione, perché appesantirebbero il lavoro quotidiano di una categoria già messa a dura prova dalla crisi di questi anni.

Ma la ristorazione non può fermarsi. Anzi, proprio perché è, come tante attività di servizio, l'avamposto più vicino al consumatore, deve giocare tutte le carte a disposizione in chiave di efficienza e di efficacia.

Noi in questo numero ne vogliamo segnalare alcune. Come le verdure surgelate. Ormai da tempo sdoganate nella cultura alimentare del consumatore, oggi sono una risorsa fondamentale nella dispensa del ristorante per almeno due motivi: il primo che riducono fino al 60% gli sprechi dovuti alla pulizia degli ortaggi. La seconda è che sono un ingrediente da utilizzare alla bisogna, anche in caso di domanda improvvisa e come tali sono un bell'aiuto per chef e ristoratori. A patto che siano ben conservati e che la catena del freddo non sia mai interrotta.

Ma il miglioramento dell'efficienza si ottiene anche grazie alla tecnologia, alla quale dedichiamo due interventi. Il primo segnala una novità che ci vede come Cooperativa Italiana Catering protagonisti, veri pionieri nel settore: una app per il riordino dei prodotti da smartphone. È un passo avanti fondamentale per stabilire un rapporto di vicinanza tra fornitore e cliente che abbatte le barriere, ma riduce gli errori, le incomprensioni, i tempi. Il secondo intervento è invece relativo ai sistemi di prenotazione sempre da app, sempre con smartphone o dal web, il cui punto di arrivo è l'integrazione con i Pos e i sistemi di gestione della sala. Tutto con il vero artefice del cambiamento della nostra epoca: lo smartphone.

Come di consueto, a chiudere una carrellata di vini, questa volta bio, e alcune proposte su come arredare la tavola.

Anno XIV n. 85

Qualitaly

MAGAZINE

febbraio-marzo 2015

Direttore responsabile
Mauro Guernieri

Editore

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

Gestione editoriale,
commerciale e amministrativa

FIERA MILANO MEDIA S.p.A.



MILANO 2015



Fiera Milano Official Partner

Editor Fabrizio Gomarasca 02 4997 6523 - fabrizio.gomarasca@fieramilanomedia.it

Hanno collaborato a questo numero:

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

Progetto Grafico Luca Ballirò

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

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

Pubblicità

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Foto: Istockphoto, 123rf, Fotolia

Stampa: Grafiche Giardini s.r.l. Via G. Di Vittorio, 30 - 20090 Pantigliate (MI)

Registrazione Tribunale di Bologna

n. 7082 del 3/1/2001. Roc n° 9799 del 14 giugno 2004

CUOR DI POMODORO. INSIEME PER TOCCARE LE STELLE.



Dalla consistenza densa e cremosa e con il suo gusto deciso,
ecco il Pomodoro che va dritto al cuore delle tue ricette.
Conquistando ogni palato con quel sapore inconfondibile
della qualità 100% italiana.



Alta Cucina
AL SERVIZIO DEL TUO TALENTO

cirioaltacucina.it



IL PUNTO DEL
PRESIDENTE

EXPO OCCASIONE STRAORDINARIA. MA PENSIAMO ANCHE AL DOPO



Italo Nebiolo
presidente Cooperativa
Italiana Catering

per il mondo
dell'ospitalità
Expo è una
grande
opportunità per
farsi ambasciatori
del cibo e dello
stile italiani

Segnali contrastanti, quelli che arrivano dall'economia. Tutti i più importanti osservatori si spendono nell'affermare che l'ottimismo sulla fine della crisi comincia a essere sostenuto dai numeri e da una congiuntura favorevole. Non è compito mio entrare nei dettagli. E non è nemmeno questione di discutere se il Pil aumenterà di qualche decimale in più o in meno. Ma le condizioni sembrano esserci tutte. Almeno per ora: il dimezzamento del prezzo del petrolio, l'aumento del reddito disponibile, le esportazioni che crescono. Insomma la macchina si è rimessa in moto. Anche se...

Anche se, ricordiamolo, i consumi sono arretrati di dieci anni e la crescita dell'Italia, rispetto all'Europa, è sempre stata un passo indietro. Anche se la disoccupazione non accenna ad arretrare in maniera significativa. Anche se il divario tra Centro-Nord e Mezzogiorno è sempre più evidente: il Pil di quest'ultimo è quasi la metà della parte più ricca del Paese. Con quel che ne consegue. E di "anche se" si potrebbe stilare un elenco lunghissimo. E il cielo all'orizzonte non è così sgombro di nuvoloni. La situazione in Ucraina, per dire. Gli economisti, che di cantonate negli anni scorsi ne hanno prese, si cautelano dietro all'imprevedibilità della situazione: "chi avrebbe immaginato tre anni fa che il prezzo del petrolio si sarebbe dimezzato?", dicono.

Tuttavia un po' di fiducia non guasta. Anche perché siamo alla vigilia di un evento straordinario come Expo. Straordinario perché arriva dopo quella del 1906. E straordinario perché per sei mesi su Milano si concentrerà l'interesse di gran parte del mondo. I numeri, come sapete tutti, sono roboanti. 20 milioni di visitatori previsti. Grande attesa da parte degli operatori dell'ospitalità, i quali hanno una grande occasione non solo di business immediato (ma attenzione a non lucrare sull'evento) ma di diventare tutti insieme degli ambasciatori del cibo e dello stile italiani. Ecco, credo che in questo stia la grande particolarità di Expo: il fatto di lavorare tutti insieme per consolidare e valorizzare ciò che di meglio può offrire l'Italia.

È un investimento sul futuro, di cui abbiamo obiettivamente tanto bisogno, dopo anni in cui siamo stati ripiegati su noi stessi senza riuscire e potere guardare oltre l'uscio di casa nostra. Saranno necessarie tutte le energie per poterci presentare al meglio nell'occasione dei sei mesi di Expo, ma anche per costruire il dopo Expo, a cominciare dall'utilizzo dell'area espositiva, per finire con il dare seguito ai contatti che, inevitabilmente, si avranno da maggio a ottobre. Se Expo ci darà, come aziende che operano nell'ospitalità, l'opportunità di "fare", starà a noi la capacità di non sprecare l'occasione e di costruire valore per il futuro.



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

www.olitalia.com



Qualitaly

MAGAZINE

n.85 febbraio-
marzo 2015

01 editoriale

03 il punto
del presidente

QI NEWS

06 Economia e consumi: segnali di ripresa - Delegazione Cic in visita da Bellini Carni - La pausa pranzo è salutista - Top Food Expoerience, nuovo brand collettivo per l'Expo - General Fruit e Nice Fruit: la frutta congelata uguale alla fresca - La dolcezza del gorgonzola - 200 mila pasti distribuiti nel 2014 da Pasto Buono - Milanese per vocazione - Specialisti del formaggio

PRIMO PIANO

14 Norme e ristoranti. Un passo avanti e due indietro

16 La mina dell'Iva tra reverse charge e clausola di salvaguardia

IN DISPENSA

20 Verdure surgelate, qualità e praticità sottozero

22 La ricetta degli chef Apc - Timballo di melanzane e orzo alle verdure con pomodoro fresco e basilico

25 La ricetta degli chef Apc - Cocotte di verdure arcobaleno affogate al vino e trionfo di pecorino canestrato

26 Fornitori a portata di click

27 La dispensa Qualitaly

IN CUCINA

30 Quando il rischio corre tra i fornelli

32 Apparecchi sicuri, a norma di legge

33 Gli incidenti più comuni? Tagli e ustioni

34 Congelato o surgelato? Questo è il problema

IN SALA

38 Prenotazioni, le app avanzano

IN TAVOLA

42 Vino come bio comanda

46 Stupire in tavola

QI LIBRI

48 Quando il cibo è anche conoscenza



ECONOMIA E CONSUMI: SEGNALI DI RIPRESA

Il barometro dell'economia italiana segna un miglioramento. Durante il convegno Consumi2015 organizzato da Tuttofood, mostra professionale dell'alimentare di Fiera Milano (3-6 maggio), Fedele De Novellis, Chief economist a ref. Ricerche, precisa che «forse non si può ancora dire che si sia spostato sul bello stabile, ma quantomeno si interromperà quest'anno e nel prossimo la lunga serie di indicatori negativi che hanno scandito l'ultima lunga crisi. Unica ma rilevante eccezione, la disoccupazione, che resterà elevata».

Secondo ref. Ricerche il prodotto interno lordo aumenterà dello 0,7% nel 2015 e dell'1,1% nel 2016, sostenuto da una ripresa dei consumi. Le esportazioni migliorano ulteriormente la loro ottima performance e le importazioni cresceranno trainate dalla ripresina, senza peraltro

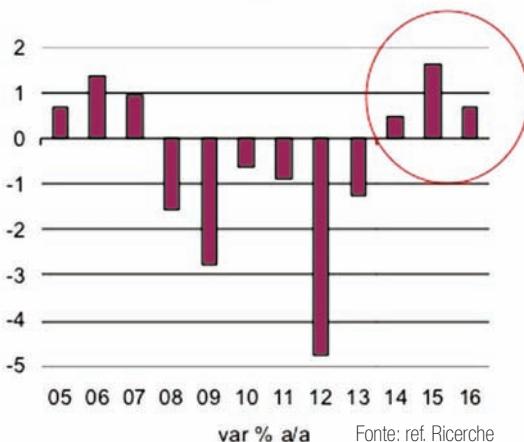
compromettere il saldo della bilancia commerciale, che si manterrà positivo ed elevato (intorno ai 70 miliardi) grazie alla discesa del prezzo del petrolio. Il vincolo del 3% nel rapporto deficit pubblico su Pil sarà rispettato e l'inflazione sarà zero quest'anno e 0,7% nel 2016.

La convergenza di fattori sistemici favorevoli recentemente emersi, dall'indebolimento dell'euro al crollo del prezzo del petrolio, dall'allenamento della convergenza fiscale al quantitative easing della Banca centrale europea, sembrano dunque aver creato un contesto più favorevole, contribuendo all'uscita dal tunnel in diversi modi: la discesa del petrolio ha un impatto rilevante su un'economia di trasformazione; il cambio favorevole euro-dollar, insieme alla ripresa americana, è uno dei fattori trainanti delle esportazioni; infine l'al-

Tasso medio sui prestiti alle imprese e tassi ufficiali



Reddito reale disponibile delle famiglie



Fonte: ref. Ricerche

lentamento monetario della Banca centrale europea agevola in credito e abbassa i costi di produzione.

Tutto bene dunque?

Fino a un certo punto. «In questo quadro complessivamente positivo avverte l'economista di ref.Ricerche - non mancano rischi. Due particolarmente significativi sono la caduta delle aspettative di in-

frazione e il possibile aumento dell'Iva, in base alla clausola di salvaguardia già prevista nell'ambito della discesa del rapporto deficit/Pil dell'Italia, secondo quanto imposto dalle regole europee di finanza pubblica. Qualora l'Iva subisse aumenti, l'impatto sarebbe negativo per la domanda di consumo e in special modo per i consumi alimentari».

Delegazione Cic in visita da Bellini Carni

Sono riprese le visite presso i fornitori organizzate da Cooperativa Italiana Catering. Lo sco-

po di queste visite è quello di far conoscere ai soci le realtà produttive dei fornitori per migliorare il processo

dall'ordine alla consegna, limitando le criticità e innalzando il livello di servizio atteso. Nelle due fotografie,

un momento della visita e il gruppo dei partecipanti insieme con il titolare di Bellini Carni.



La pausa pranzo è salutista

Dall'indagine condotta dal Barometro Food 2014 in 7 Paesi europei (Belgio, Francia, Italia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Spagna e Svezia), emerge che ogni giorno almeno il 70% dei lavoratori europei fa la pausa pranzo stando attento alle qualità nutrizionali dell'offerta, importante per il 76% dei clienti.

Tra questi è forte l'apprezzamento del cibo di stagione e prodotto localmente, fondamentale nella scelta del locale in cui andare per il 67% degli intervistati, che cercano anche varietà (74%) e ristoranti e bar vicini all'ufficio (76%).

La domanda di un'alimentazione bilanciata è comunque confermata anche dai risto-

ratori che nell'ultimo anno registrano un aumento nella richiesta di cibi sani del 25%. Anche i dati nutrizionali sono sempre più al centro dell'interesse dei clienti. La richiesta di informazioni in merito è infatti cresciuta nel 2014 del 21%, rispetto al 14% dell'anno precedente. E l'Italia? Più di un ristoratore su due (rispetto alla media europea del 34,8%) dichiara che nel suo locale c'è una buona conoscenza delle regole della sana alimentazione. Quello che invece resta ancora da migliorare, secondo il loro occhio inflessibile, sono le porzioni più piccole, che da noi sono richieste solo dal 2,9% degli avventori, a fronte di una media europea di quattro volte più grande.



Il Barometro Food è un consorzio pubblico-privato coordinato da Edenred nato nel

2009 con l'obiettivo di promuovere i principi di una dieta salutare e bilanciata.

Top Food Expoerience, nuovo brand collettivo per l'EXPO

Agugiaro & Figna, con la sua esclusiva linea 5 Stagioni, Coppini Arte Olearia, da oltre 65 anni espressione della cultura dell'extravergine nel mondo, Casale con la sua fine salumeria italiana e Steriltom, specializzata nella produzione di polpa di pomodoro per il settore foodservice e industriale, sono capofila di Top Food Expoerience, un network che punta alla valorizzazione della produzione nazionale di qualità e a contrastare il crescente fenomeno della contraffazione del Made in Italy, in particolare in vista di

un evento di rilevanza mondiale come Expo.

Top Food Expoerience è un marchio che racchiude l'esperienza di queste quattro aziende protagoniste del settore alimentare, la storia di un territorio cuore della food valley emiliana e il valore di prodotti che si distinguono per qualità e unicità, con l'obiettivo di tutelarne a livello internazionale la riconoscibilità e l'eccellenza. Il brand vuole, inoltre, trasferire al mercato il valore aggiunto che deriva dall'aggregazione di un panel qualificato di produttori italiani del comparto enogastronomico che fa della



propria filiera la bandiera del mangiare bene e sano in Italia e nel mondo.

Top Food Expoerience sarà presentato ufficialmente a Expo 2015 nel padiglione Italia, in un evento di quattro giorni, dal 24 al 28 maggio, che vedrà presenti tutti i partner nazionali e internazionali di Agugiaro & Figna, Coppini Arte Olearia, Casale e Steriltom promotori di questa rete

di impresa che punta a coinvolgere altre importanti realtà del comparto.

«Ci presentiamo a Expo con un percorso esperienziale per far vivere e conoscere da vicino le professionalità e il valore che nascono dalla sinergia di alcune delle più importanti aziende del comparto agroalimentare italiano», ha dichiarato Riccardo Agugiaro, Export Manager di Agugiaro & Figna.

General Fruit e Nice Fruit: la frutta congelata uguale alla fresca

Frutta congelata uguale alla fresca con valori nutritivi inalterati.

È questa la rivoluzione compiuta dall'azienda Catalana Nice Fruit, che General Fruit distribuisce in esclusiva per l'Italia.

Ciò che aveva sempre impedito di proporre arance, fragole, kiwi, pere, ananas e altri frutti tropicali congelati, era il fatto che una volta scongelata per il consumo, la frutta rilasciava i liquidi si sfibrava perdendo di

consistenza e sapore.

Il progetto di studiare un sistema in grado di congelare la frutta nasce una decina di anni fa, ma è nel corso del 2010 che uno studio condotto con la collaborazione dell'Università Politecnica di Catalogna, realizza una tecnologia innovativa di congelazione, brevettata nel 2012, che preserva i nutrienti presenti nella frutta, grazie ad una rivoluzionaria procedura di congelamento che permette di mantenere



integra la struttura molecolare della frutta stessa, evitando che vitamine, nutrienti e fosforo, contenuti nel succo, vadano dispersi dopo lo scongelamento. Con questo trattamento, la frutta mantiene tutte le caratteristiche organolettiche e soprattutto può essere congelata al massimo grado di maturazione. Senza contare l'incremento di resa e facilità di gestione del prodotto. Distributore esclusivo per l'Italia è General Fruit, che dal 1988 produce succhi concentrati per la preparazione di bevande, sciropi per bibite e granite, preparati per cocktail e topping per salse, dessert e gelati.



La dolcezza del gorgonzola

Nel numero scorso di Qualitaly Magazine siamo incorsi in una svista nel box pubblicato a pagina 28 dal titolo Due marchi per due utilizzi, invertendo le caratteristiche dei giorni di stagionatura del gorgonzola Tavola Viva e di quello Qualitaly. Ripubblichiamo il testo completo nella versione corretta, scusandoci per l'involontario errore.

Sono due le tipologie di Gorgonzola dop nel portafoglio dei prodotti a marchio della Cooperativa italiana Catering, selezionati pensando alle diverse esigenze delle zone d'Italia. Ce li spiega Nicoletta Bassi dell'omonima azienda che li produce entrambi. «Il prodotto a marchio Tavola Viva è un Gorgonzola dop più asciutto e dal prezzo più ag-



gressivo, con 55-60 giorni di stagionatura, mentre quello marchiato Qualitaly, con 65-75 giorni di stagionatura e adatto al servizio in tavola e a una ristorazione media-alta, è morbido e cremoso. Il

prodotto Tavola Viva è adatto al consumo veloce di pizzerie, tavole calde e bar che lo usano per panini, piadine e pizze, situazioni in cui il formaggio deve essere facile da gestire al taglio».

200 mila pasti distribuiti nel 2014 da Pasto Buono

Secondo QUI Foundation, la Onlus di Qui! Group, attiva nel settore socio-umanitario e negli aiuti alimentari ai bisognosi con l'iniziativa Pasto Buono, finalizzata al recupero del cibo sano e invenduto nel settore della ristorazione, le cifre più difficili da elaborare riguardano gli sprechi delle piccole attività commerciali alimentari (ristoranti, bar, gastronomie, self-service, ecc.), che comunque si attestano su una media di 100 kg annuali per singola attività.

Ogni giorno i volontari delle Onlus, Caritas e associazioni territoriali con cui collabora Pasto Buono, ritirano il cibo sano e invenduto presso risto-

ranti, self-service, pasticcerie, bar, tavole calde e altri esercizi food, trasformando questi sprechi in risorse per chi ne ha più bisogno.

Nel 2014 Pasto Buono ha recuperato e donato quasi 200 mila pasti, che vanno ad aggiungersi ai 500 mila pasti donati negli scorsi anni. Ma c'è di più: si stima che, se tutti i pubblici esercizi (350 mila in Italia) donassero a fine giornata il cibo invenduto, con una media di 22 pasti invenduti al giorno (fra self-service, gastronomie e bar), si potrebbero distribuire oltre 7 milioni di pasti quotidianamente.

anche a Milano
ed entro l'anno
a Bari, Olbia e
Trieste

«Un'iniziativa come Pasto Buono – spiega Gregorio Fogliani, Presidente di Qui! Foundation - rappresenta un'azione semplice e a costo zero da mettere in pratica subito, in tutta Italia. Con Pasto Buono abbiamo dato finalmente una risposta concreta al problema degli sprechi alimentari nella ristorazione collettiva e continueremo



ad agire sui territori, collaborando con Onlus e Associazioni

di volontariato, per far sì che questi sprechi possano tradursi in risorse».

Le potenzialità del progetto sono notevoli se si considera che la Fondazione può coinvolgere una rete molto ampia di oltre 120 mila esercizi di ristorazione, con la quale è in contatto il Gruppo legato alla fondazione.

Abbonamento
annuale
10 numeri
50 euro



Abbonati subito

**MIXER AFFRONTA IN ESCLUSIVA
TUTTE LE TEMATICHE "CALDE" CHE
RIGUARDANO IL PUBBLICO ESERCIZIO,
IL MERCATO, LA CONTRATTUALISTICA,
L'INNOVAZIONE, LA GESTIONE ECC.
OFFRE IDEE, SPUNTI, OPPORTUNITÀ,
NEL MODO PIÙ DIRETTO
E CONCRETO POSSIBILE AGLI
OPERATORI DEL SETTORE FUORI CASA**

Da 29 anni MIXER guida l'informazione per Bar, Ristoranti e Pubblici Esercizi. MIXER è organo di stampa della FIPE-CONFCOMMERCIO e tiene il collegamento tra la Federazione e gli associati.

INCHIESTE • TREND • INNOVAZIONE • TECNOLOGIA • AMBIENTE • ALIMENTAZIONE • CASE HISTORY • MERCATO • DISTRIBUZIONE

Fiera Milano Media S.P.A., Strada Statale del Sempione 33, n. 28 20017 Rho (Milano)
Tel. ++39 02.499.6553 - fax ++39 02.49976553 - elena.cotos@fieramilanomedia.it - abbonamenti@fieramilanomedia.it

Milanese per vocazione

Bar e tavole fredde del capoluogo lombardo sono la clientela di riferimento di Alimentari Zoratti



E Milano il luogo simbolico di Alimentari Zoratti, che 30 anni fa ha scelto il capoluogo lombardo come sua sede ed ancora oggi, nonostante diversi traslochi per adeguarsi all'evoluzione della sua attività, continua a scegliere di rimanere in città, in controtendenza rispetto ad altri operatori del settore.

D'altro canto sono tutti milanesi i bar e le tavole fredde servite dall'azienda, che dal 2002 ha fatto il suo ingresso in CIC. «Noi operiamo in città per la città - spiega il titolare Ivano Zoratti - anche se con l'avvento dell'Area C abbiamo dovuto sopportare il costo extra dell'accesso al centro, che non è trascurabile».

A differenza della maggior parte di aziende associate a Cooperativa Italiana Catering, Alimentari Zoratti ha scelto di specializzarsi nel canale bar, paninoteche e

tavole fredde. «È stata una scelta di carattere organizzativo e strutturale. Tutti i nostri addetti alle consegne sono collaboratori diretti dell'azienda, seleziona-

ti e formati per offrire un servizio ottimale alla clientela, ovvero veloce, puntuale e affidabile» afferma. L'offerta di Alimentari Zoratti spazia dai salumi alle conserve,

dalle salse al gelo e comprende anche il non food.

Aspettando EXPO

A pochi mesi dall'inizio della manifestazione, c'è grande aspettativa da parte dell'azienda. «Se anche arrivassero a Milano solo 5 milioni di persone - afferma Zoratti - contro i 20 previsti dagli organizzatori significherebbe un significativo incremento di lavoro per noi. Ci basta vedere quanto succede nelle giornate del Salone del Mobile. Già da ora ci stiamo organizzando per sfruttare al meglio le opportunità offerte da questo evento».



Ivano Zoratti, titolare della società

ALIMENTARI ZORATTI S.r.l.

Sede: 20143 MILANO
Tel./Fax 02.89124195
e.mail: info@alimentarizoratti.it
www.alimentarizoratti.it

Area servita: Milano
N. addetti: 15

GRANDE CONCORSO

SURGITAL®

Ripieni in cerca d'autore



Vinci
2000€
e la tua firma
sulla pasta!

Crea un ripieno originale per una pasta fresca
e partecipa al concorso che Surgital ha indetto per gli chef professionisti
di tutto il mondo.

Scatena la tua creatività:

sono in palio **2000€ e la tua fama: il tuo nome sulla pasta**
e la premiazione al Tuttofood 2015, evento di inaugurazione dell'EXPO di Milano.

Hai tempo fino e non oltre il 30 marzo 2015!

Per partecipare accedi al sito www.surgital.it,
seleziona l'area "Ripieni in cerca d'autore" nella home page (www.surgital.it/concorsoripieni)
e segui le istruzioni.

Numero Verde
Servizio Clienti
800 - 733525

SURGITAL s.p.a. - via Bastia 16/1 - 48017 Lavezzola (Ra) - Emilia Romagna - Italy - tel. +39 0545 80328 - fax +39 0545 80121 - www.surgital.com

Specialisti del formaggio

I prodotti lattiero-caseari, in particolare quelli tipici valtellinesi sono il fiore all'occhiello dell'offerta di Maggengo Valtellina.

Può sicuramente dirsi insolito il percorso seguito da Maggengo Valtellina, società nata nel 1972 in provincia di Sondrio, come è facilmente intuibile dal nome. In quell'anno Antonio Gusmeroli, che ancora oggi guida l'azienda insieme ai figli, decise di cambiare radicalmente vita, abbandonando il lavoro in un'azienda agricola con produzione casearia per entrare nel commercio dei formaggi, prodotti che ben conosceva. Il passo successivo fu quello di rilevare un negozio di alimentari – tuttora operativo - dove, oltre alla vendita di prodotti tipici del territorio, si dedica alla stagionatura di alcune tipologie di formaggi. La seconda svolta nel 2000, con l'ingresso in azienda della seconda generazione. Iniziò in quell'anno, infatti, l'attività di grossisti di formaggio.

Con l'ingresso in CIC (nel 2006) inizia una nuova fase - la terza - per Maggengo Valtellina, che iniziò a servire anche il canale

della ristorazione. Pur rimanendo fedele alla sua specializzazione nel settore lattiero caseario e nelle produzioni tipiche valtellinesi, poter contare sull'esperienza di CIC nella selezione dei prodotti permise all'azienda di proporsi ai ristoratori come fornitore per una gamma completa di prodotti alimentari e non.

«L'ingresso in CIC - racconta Antonio Gusmeroli amministratore dell'azienda - non è stato importante solo perché ci ha permesso di estendere la nostra attività, ma perché ci offre l'opportunità di confrontarci con i nostri colleghi con specializzazioni diverse e provenienti da altre zone d'Italia. Ecco perché non manchiamo mai alle occasioni di incontro».

Attualmente Maggengo Valtellina serve i ristoranti in Valtellina e nella zona dell'alto lago di Como (sponda comasca), mentre con l'attività di grossista di formaggi si spinge fino alla provincia di Milano nord. «A parte Sondrio - prosegue -



LE CONSEGNE? SOLO IN PROPRIO

I clienti della ristorazione possono non essere semplicissimi da trattare. Bisogna essere flessibili per adattarsi alle necessità degli chef. Per questo motivo Maggengo Valtellina preferisce gestire autonomamente la fase delle consegne, che è più semplice quando si instaura un rapporto personale e continuativo con l'addetto. «La tecnologia - spiega Gusmeroli (nella foto) - aiuta nella raccolta ordini, che viene effettuata tramite tablet e inviata direttamente al magazzino. Questo ci ha permesso di accorciare i tempi di consegna e di semplificare la gestione amministrativa e commerciale».

che è per noi il centro più importante, in cui lavoriamo con continuità nell'intero arco dell'anno, in Valtellina l'intensità della nostra attività segue l'andamento turistico. Due i picchi, che hanno caratteristiche differenti. Quello estivo è un po' più lungo, soprattutto per quanto riguarda la zona del lago, dove, se il tempo si mantiene buono, la stagione si estende fino all'autunno». Un'struttura snella, con una forte presenza della famiglia in tutte le funzioni chiavi, offre a Maggengo Valtellina la flessibilità sufficiente per gestire al meglio i periodi più e meno intensi.

Maggengo Valtellina S.r.l
Sede legale: Via Rosette 2/A
23012 Castione Andevenno
Tel. 0342 56.76.30
Fax. 0342 56.78.75
e-mail: info@maggengo.it
www.maggengo.it
Area servita: Valtellina, Alto lago Como
Addetti: 9

Alcune viste del magazzino di Maggengo Valtellina (SO)



NOVITÀ

SURGITAL

Laboratorio
Tortellini®

Primi per la Ristorazione

LASCIATEVI ISPIRARE...

...DALLA GRANDE MORBIDEZZA DEI NUOVI

GNOCCHI DI PATATA LINEA ORO,

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

UNO GNOCCO MOLTO SAPORITO
E TENERISSIMO.



...DAL SAPORE RUSTICO DEI NUOVI

RAVIOLACCI AL FARRO CON FORMAGGIO E NOCI,

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

LASCIATEVI ISPIRARE DAL PROFUMO DELLA NOVITÀ!

Laboratorio Tortellini è un marchio

SURGITAL

L'Italiana preferita dallo chef.

Numero Verde
Servizio Clienti
800 - 733525

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

Norme e ristoranti. Un passo avanti e due indietro?

Le nuove iniziative di Governo e Ue investono anche la ristorazione con provvedimenti che hanno finalità lodevoli ma non sempre colpiscono l'obiettivo prefissato.

| DI PIETRO CINTI

Lotta alla contraffazione, all'evasione fiscale, una maggiore semplificazione e trasparenza nei confronti del cliente, per consentirgli una scelta chiara e sicura. Viste dagli obiettivi perseguiti, le nuove norme che vanno a regolamentare alcuni aspetti specifici della gestione di un esercizio ristorativo introdotte di questi tempi sembrano andare nella giusta direzione, dando risposte con un linguaggio nuovo alle sollecitazioni che vengono da una società, come quella italiana, in veloce e rapido cambiamento, ma con strutturali e cronici problemi in materia di trasparenza.

E di rapporti con la burocrazia. La legge di stabilità 2015 comprende interventi che toccano la ristorazione in materia di defiscalizzazione dei buoni pasto, mentre la Legge 161/2014 introduce l'obbligatorietà delle bottiglie d'olio d'oliva con tappo antirabbocco; l'obbligo dell'iscrizione di potenziali allerge-

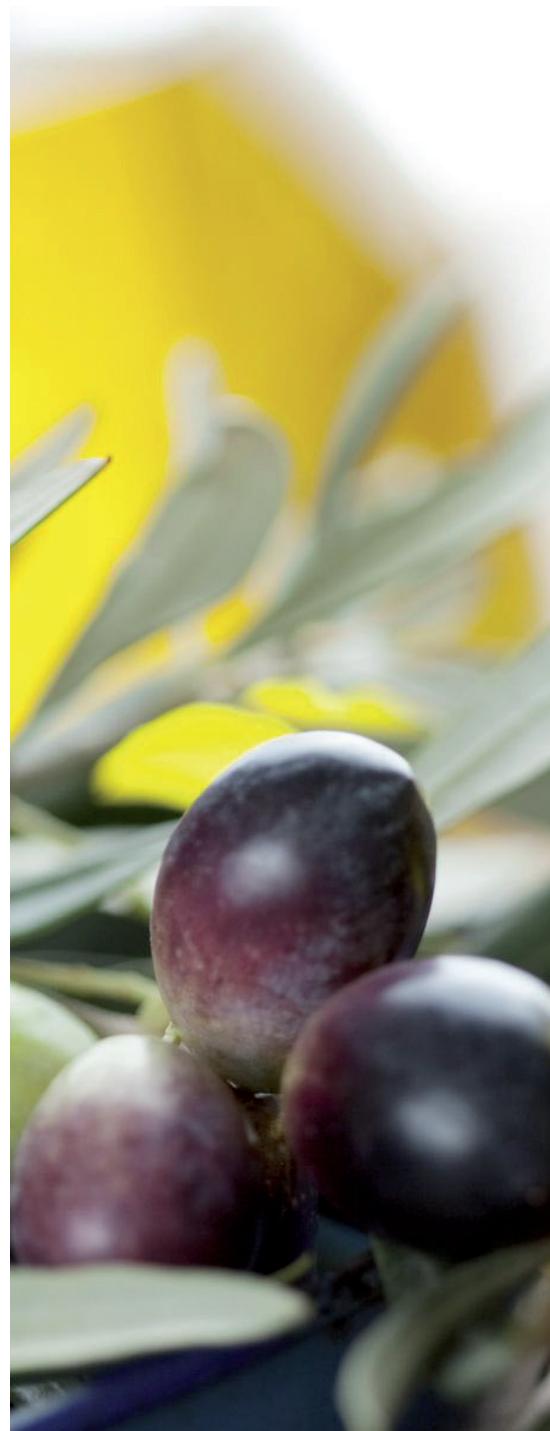
ni nelle pietanze iscritte nel menu è invece previsto dal Regolamento Ue 1169/2011. Tutti provvedimenti che hanno una genesi e un percorso differenti tra loro ma che, ad un'apparente volontà semplificativa e di riforma, spesso lasciano l'amaro in bocca a esercenti e associazioni di categoria per la loro difficile applicabilità e per un ulteriore aggravio di costi e burocrazia nei confronti di una categoria che già sopporta i morsi della crisi e un carico gravoso di adempimenti. «In realtà ciò che colpisce – dichiara Lino



Lino Enrico Stoppani

Enrico Stoppani, presidente di Fipe - Confcommercio, associazione di categoria dei pubblici esercizi - è spesso la mancanza di logica e di una visione di futuro che sta dietro questi provvedimenti, a volte realizzati sull'onda emotiva e senza tenere conto delle implicazioni pratiche, in particolare dei costi»

OLIO IN TAVOLA. È uno dei provvedimenti più controversi: secondo la legge 161/2014 pubblicata sulla



«solo bottiglie con tappi antirabbocco per l'olio d'oliva vergine ed extravergine in tavola



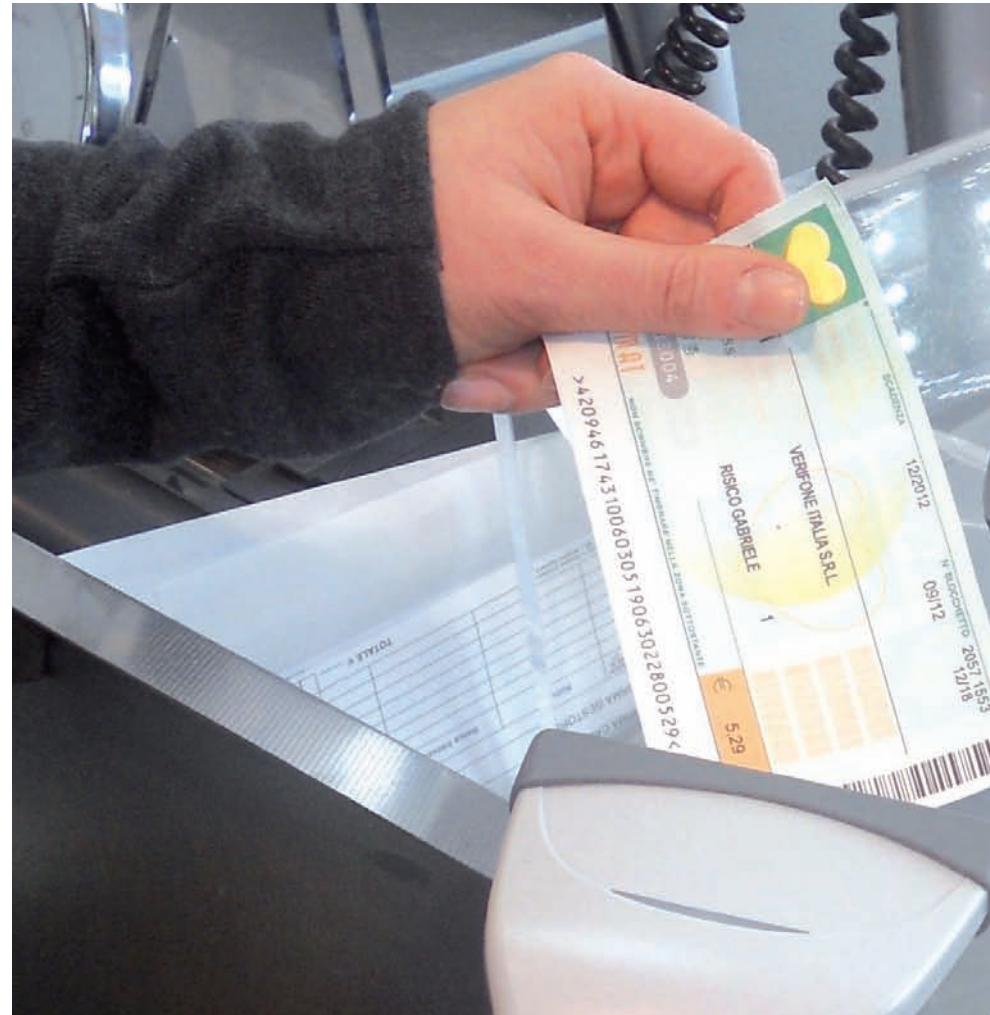
Gazzetta Ufficiale, dal 25 novembre 2014 i ristoratori che servono in sala ai propri clienti olio d'oliva vergine ed extravergine devono farlo obbligatoriamente da bottiglie antirabbocco, cioè da confezioni che impediscano di essere riempite nuovamente, magari con un olio differente da quello indicato in etichetta. L'obiettivo del legislatore è quello di combattere l'odioso

fenomeno della contraffazione alimentare, del quale l'olio d'oliva è una delle vittime principali. Stop, quindi, a oliere e bottiglie "no logo": secondo la legge l'olio d'oliva dovrà necessariamente arrivare al cliente in una confezione antifrode: "Gli oli di oliva vergini proposti in confezioni nei pubblici esercizi - spiega all'articolo 18, comma 1 il provvedimento legislativo - fatti

salvi gli usi di cucina e di preparazione dei pasti, devono essere presentati in contenitori etichettati conformemente alla normativa vigente, forniti di idoneo dispositivo di chiusura in modo che il contenuto non possa essere modificato senza che la confezione sia aperta o alterata e provvisti di un sistema di protezione che non ne permetta il riutilizzo dopo l'esaurimento del

contenuto originale indicato nell'etichetta". «Siamo di fronte a un provvedimento - commenta Stoppani - che ha ottime finalità, ma che sbaglia il bersaglio. I ristoratori, spesso, sono vittime della contraffazione, che si svolge in altre sedi ed è efficacemente combattuta dai Nas e dagli altri enti preposti. Quello della bottiglia antirabbocco è un provvedimento infantile, che porta difficoltà operative ai ristoratori e genererà più rifiuti, per via del maggiore utilizzo di bottiglie usa e getta».

La norma, che non fornisce alcuna indicazione chiara su come dovrebbero essere le confezioni con un tappo conforme, introduce per i trasgressori una sanzione che varia da 1.000 a 8.000 euro, con confisca del prodotto. La legge, inoltre, non prevede alcun tempo di adeguamento, neanche per l'esaurimento delle scorte in magazzino. Un classico pasticcio all'italiana che, per colpire i furbetti, rende la vita difficile ai tanti ristoratori onesti, che curano ogni aspetto del loro lavoro e scelgono per praticità olio extravergine in latta, poi servito al cliente in oliere periodicamente pulite. Una pratica, quest'ultima, divenuta impossibile con l'introduzione della nuova legge.



DEFISCALIZZAZIONE BUONI PASTO. Una battaglia portata avanti da anni ha dato finalmente i risultati: un emendamento alla Legge di Stabilità 2015 ha innalzato a decorrere dal 1 luglio 2015 l'importo

di defiscalizzazione dei buoni pasto da 5,29 a 7 euro, valore più in linea con l'attuale costo della vita. Quest'innalzamento varrà solo per il buono elettronico e la copertura sarà garantita dal Ministero delle

La mina dell'Iva tra reverse charge e clausola di salvaguardia

I toni di industria alimentare e catene distributive sono apocalittici: l'introduzione della reverse charge sull'Iva, ossia dell'inversione contabile dell'applicazione dell'Iva per effetto del quale il destinatario di una cessione di beni o prestazione di servizi è tenuto all'assolvimento dell'imposta in luogo del cedente o prestatore, provocherà fallimenti a catena.

Si annuncia, quindi, grande battaglia sulla lettera d-quinques aggiunta al sesto comma dell'articolo 17 del Dpr 633/72, che prima di entrare in vigore dovrà passare il vaglio Ue. «Addirittura - ammonisce Francesco Pugliese, ad di Conad - la metà del settore alimentare e di quello distributivo in Italia entreranno in sofferenza». In sostanza, nella prospettiva di un più efficace contrasto alle frodi e all'evasione Iva la Legge



Mauro Guernieri

di Stabilità 2015 prevede l'inversione contabile per le forniture di beni alle imprese della grande distribuzione, ipermercati, supermercati e discount. Ma in che modo questo provvedimento potrà interessare anche il settore della ristorazione? «Da quello che sappiamo finora - spiega Mauro Guernieri, il direttore generale della Coop Italiana Catering - il regime di reverse charge non dovrebbe colpire i nostri soci, eventualmente solo coloro che hanno come clienti soggetti identificati nelle tre categorie Atenco specifiche indicate in legge. Credo che a regime questo sistema di liquidazione Iva non dovrebbe comportare alcun problema per le aziende,



«Sale a 7 euro il limite di defiscalizzazione dei buoni pasto dopo un'attesa durata decenni»

Finanze che ha stanziato 9 milioni di euro nel 2015 e 24 milioni nel 2016. Negli obiettivi di questo provvedimento, ridare slancio a un settore importante per il terziario, dare ossigeno ai consumi fuoricasa e impe-

dire l'utilizzo improprio di questo sistema di pagamento.

«In questo caso - aggiunge Stoppani - siamo di fronte a un provvedimento che ha una logica corretta e offre risposte che crediamo efficaci. Tan-

to più che la defiscalizzazione dei buoni pasto è legata al formato elettronico, che consente una migliore tracciabilità dei pagamenti e impedisce che qualcuno usi i ticket per comprarsi le scarpe o qualcos'altro. Crediamo nell'utilità del buono pasto per sostenere e sviluppare i consumi interni e mettere i lavoratori in grado di consumare un pasto equilibrato in un ambiente confortevole, a tutto vantaggio del sistema paese».

«Cir Food ha accolto positivamente l'aumento del valore esentasse a 7 euro per i buoni pasto elettronici - dichiara Maria Cristina Bertolini, direttore divisione buoni pasto Bluticket di Cir Food, e vicepresidente di Anseb, l'associazione che riunisce i player di questo mercato - si tratta di una buona notizia soprattutto per i 2,5 milioni di consumatori che usufruiscono del buono

pasto, nonché per gli esercenti convenzionati. Anche le aziende beneficeranno di questa defiscalizzazione poiché non dovranno aggiungere contributi. In sostanza, si tratta di un'azione di grande importanza per mettere soldi in tasca ai lavoratori,



Mariacristina
Bertolini



Fedele De Novellis

ma in una situazione complessa e stratificata come quella italiana, ed in particolare le procedure per il recupero dell'Iva a credito, in molti entreranno in sofferenza per la riduzione di cash flow».

Da tenere sotto osservazione è invece il rischio di aumento dell'Iva che potrebbe mettere in discussione i primi segnali di ripresa dei consumi. Secondo Fedele De Novellis, Chief economist di ref.Ricerche «Il possibile aumento dell'Iva, in base alla clausola di salvaguardia già prevista nell'ambito della discesa del rapporto deficit/Pil dell'Italia, secondo quanto imposto dalle regole europee di finanza pubblica, avrebbe un impatto negativo per la domanda di consumo e in special modo per i consumi alimentari».

LA CLAUSOLA DI SALVAGUARDIA SULL'IVA

Milioni di euro, impatto sull'indebitamento netto a valore facciale

	2016	2017	2018
Aliquota dal 10% al 12%	4.638	4.638	4.638
Aliquota dal 12% al 13%		2.319	2.319
Aliquota dal 22% al 24%	8.176	8.176	8.176
Aliquota dal 24% al 26%		4.088	4.088
Aliquota dal 25% al 25,5%			2.044
TOTALE	12.814	19.221	21.265

Elaborazione ref.Ricerche su documenti ufficiali

La tabella che pubblichiamo mostra chiaramente l'impatto del possibile aumento dell'Iva nel prossimo triennio.



favorendo l'aumento dei consumi in un determinato settore. L'aumento di € 1,71 equivarrà a poco meno di € 400 annui di reddito destinati alla spesa alimentare. Questa spinta verso il buono elettronico determinerà, inoltre, un maggior rispetto delle regole di utilizzo del buono pasto, un abbattimento dell'uso improprio e un maggior gettito fiscale».

Ora il problema riguarda la razionalizzazione di questi sistemi di pagamento elettronici, che dovranno uniformarsi a un protocollo di lettura unico, che impedisca il proliferare dei terminali di lettura degli e-ticket nei locali e la complessità di utilizzo, altro elemento sul quale gli esercenti storcono il naso, con le casse di tavole calde, bar e ristoranti sempre più somiglianti a "batterie" di apparecchi elettronici, tastierini e reader, con l'immancabile corollario di cavi e cavetti.

ALLERGENI IN MENU. Che l'attenzione alle allergie e alle intolleranze di origine alimentare sia in crescita è un dato di fatto. Tuttavia un'altra

il Regolamento
UE 1169/2011
obbliga a indicare
nel menu la
presenza di
allergeni

tegola è caduta sulla testa del malcapitato ristoratore alle prese con una burocrazia asfissiante: secondo il Regolamento Ue n° 1169/2011 dal 13 dicembre 2014 è obbligatorio informare il consumatore sull'eventuale presenza, nei prodotti venduti o somministrati, di "allergeni", ossia di alimenti/ingredienti ritenuti potenzialmente sensibili. In sostanza il ristoratore/barista dovrà mettere a disposizione del cliente quest'in-

formazione, per consentirgli di scegliere con la massima trasparenza che cosa ordinare se affetto da particolari patologie. «Riteniamo che questa volontà sia corretta – conclude Stoppani – il numero di persone che soffrono di allergie legate al consumo di cibo è in crescita anche in Italia, ma nonostante il regolamento europeo sia già in vigore, per il nostro paese mancano i decreti attuativi che diano le linee guida pratiche da seguire. Di fatto noi stiamo sensibilizzando i nostri soci sull'argomento, dicendo loro di prestare attenzione. Abbiamo elaborato un software che permette di aiutare i ristoratori nell'identificare/evidenziare i potenziali allergeni in menu e di poterli comunicare al cliente per iscritto. Per ora rimane l'obbligo di indicare oralmente al cliente eventuali allergeni presenti in menu, ma in una seconda fase stiamo pensando ad altre formule per iscritto, nel menu o in un registro di piatti sensibili facilmente consultabile dal personale e dal cliente stesso».



Con McCain i burger diventano creativi

La nuova tendenza emergente nel panorama della ristorazione moderna? I burger: una delle preparazioni più conosciute e apprezzate in tutto il mondo, si radica ancora di più nella cultura gastronomica italiana grazie alla capacità di coniugare semplicità di esecuzione, buoni margini e sicura soddisfazione del cliente.

Mentre nuovi locali e catene a tema focalizzate su questo concept spuntano come funghi, i ristoranti tradizionali reinventano la propria offerta inserendo ricette di burger appetitosi

rivisitati in veste gourmet. Che cosa fare allora per differenziare e rendere davvero unica l'offerta, dopo aver selezionato la carne della migliore qualità?

Ecco che **McCain**, azienda specializzata nell'offerta di patate surgelate, propone alcuni consigli di marketing e non solo, per creare una proposta fuori dal coro, per "farsi scegliere" e per incrementare i margini.

Partendo dalla base, si può sostituire il classico pane al sesamo, con delizioso **Potato Toast**: un disco croccante e dal gusto sfizioso da comporre e arricchire

secondo l'estro dello chef. Per chi cerca nuove idee per rendere la farcitura ancora più ricca e "di spessore" gli **Anelli di Cipolla o di Peperone**, o delicate **fettine di petto di pollo arrosto** sono dei perfetti alleati per inventare nuove ricette.

E che dire del contorno? Accanto ad un Burger Gourmet di carni pregiate e ingredienti freschi di alta qualità ci vuole la patatina giusta: come le **Fry'n dip** o le **Maxi Chips**, che, grazie alla forma distintiva ed elegante, sono in grado di elevare ancora di più il profilo del piatto servito. Oggi poi non ci si può

scordare dei clienti che non consumano carne. Bandite le tristi insalate scondite, è importante inserire in menu portate gustose anche per chi è vegetariano. Un esempio? I medaglioni **Roesti** (tortini di patate e cipolle) alternati a fette di pomodoro e mozzarella, sono un'ottima soluzione per creare delle mini capresi dorate e filanti: un piatto unico dal gusto sorprendente!

Scopri le altre soluzioni che McCain ha studiato per i professionisti della ristorazione nella sezione "CONSIGLI" del nuovo sito web www.mccain-foodservice.it.

IN DISPENSA

Glassatura

Un rivestimento di ghiaccio che ricopre l'alimento surgelato e costituisce una sorta di pellicola protettiva per l'alimento stesso.

Additivi, conservanti, coloranti

Non sono ammessi per legge nei surgelati organolettiche

Iqf

Individually quick frozen, in altre parole surgelazione "pezzo a pezzo" degli alimenti, che nella confezione risultano separati e utilizzabili in modo calibrato, evitando sprechi

Tmc

Termine massimo di conservazione, in cui il prodotto mantiene integre le sue qualità nutrizionali e organolettiche



Blanching

O sbianchitura, il trattamento termico in acqua bollente o a vapore a cui sono sottoposti i vegetali immediatamente prima di essere surgelati

Verdure surgelate, qualità e praticità sottozero

Sempre disponibili, con caratteristiche qualitative costanti, in grado di essere utilizzate senza sprechi in base alle necessità produttive.

Sono solo alcune delle caratteristiche di pregio delle verdure surgelate preziose per un professionista

LO SCARTO DI LAVORAZIONE NELLE VERDURE FRESCHE

Ecco di seguito la percentuale di scarto che va tenuta in considerazione nell'utilizzo delle verdure fresche

Prodotto	% approssimativa di scarto in fase di preparazione
Asparagi	30
Carciofi	60
Carote	10
Cavolfiore	30
Patate	15
Zucca	20

DI MARIELLA BONI

Se il prodotto fresco è irrinunciabile per un cuoco, per contro presenta anche numerose problematicità: necessità di un rifornimento costante, di operazioni di selezione e pulizia, che portano a un inevitabile scarto e calo peso della materia prima, per non parlare del tempo necessario per effettuare tutte le operazioni preliminari alla preparazione.

ASPETTI SUPERATI, per chi sceglia di orientarsi su un prodotto gelo. Spiega Luca Cerati, direttore della divisione foodservice di Bonduelle: «Oltre alla costante disponibilità e uniformità di prodotto, un aspetto determinante a favore del prodotto vegetale surgelato riteniamo sia la pronta soluzione per risolvere ogni necessità in cucina. All'interno della categoria dei surgelati è necessario comunque fare delle distinzioni tra prodotto di qualità, con determinate caratteristiche e peculiarità, e prodotti più orientati al prezzo. Negli ultimi anni noi di Bonduelle abbiamo lavorato tantissimo al fianco dei professionisti del fuori casa per conoscere le necessità all'interno dei loro processi di cucina per offrire un assortimento che rispondesse ad ogni loro esigenza».

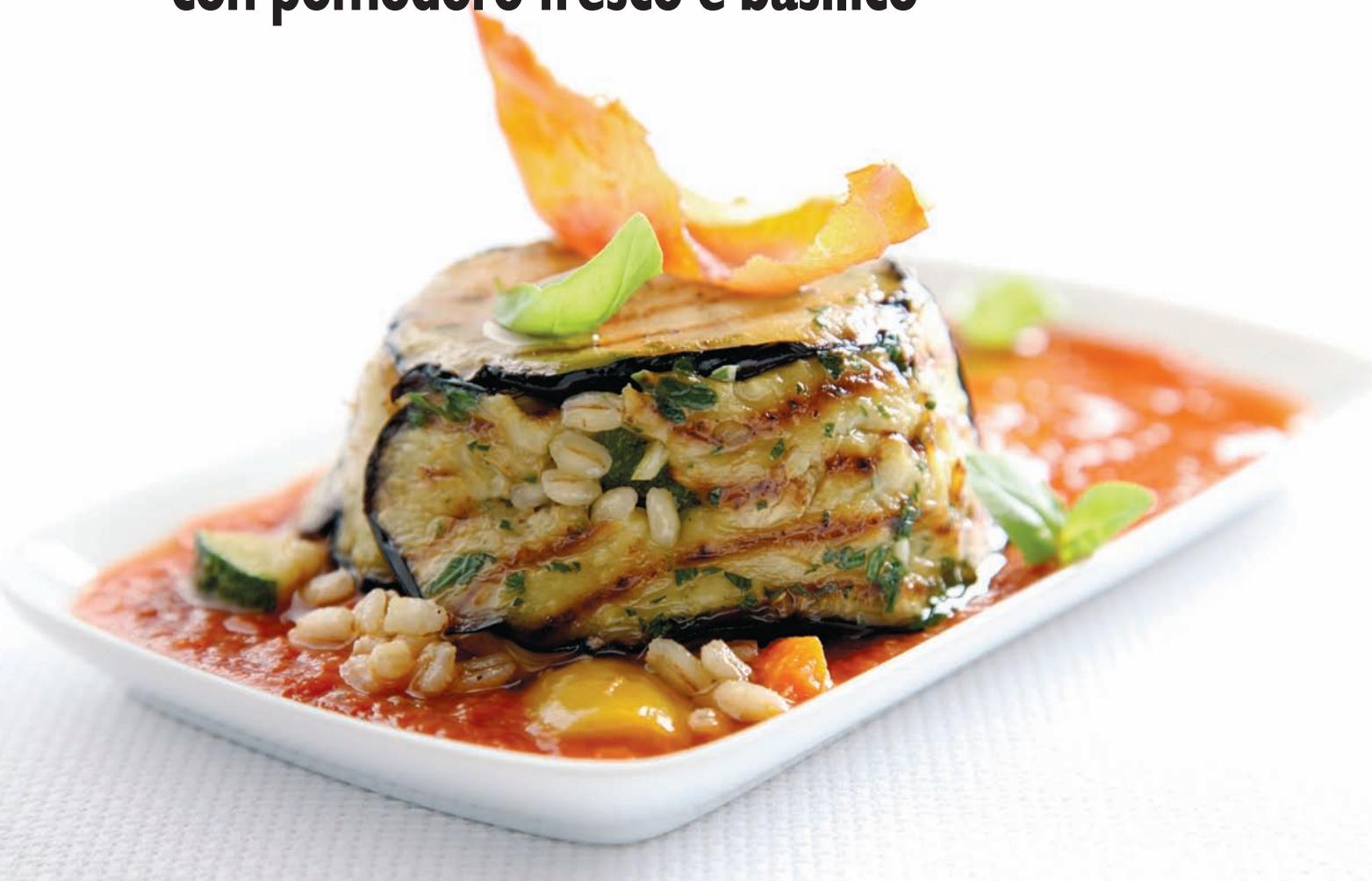
«Il cuoco sa che non può rinunciare al fresco - evidenzia Daniele Lambertini, direttore commerciale foodservice di Orogel - e proprio per questo apprezza sempre più i prodotti surgelati. Perchè? Il cuoco sa che si tratta prima di tutto di prodotti freschi che mantengono inalterate le caratteristiche salienti del prodotto e la

freschezza a poche ore dalla raccolta grazie all'unico conservante naturale utilizzato: il freddo. I cibi surgelati, inoltre, consentono un importante abbattimento dello spreco alimentare in quanto sono privi di scarti e con un periodo di conservazione decisamente ampio, che consente un più facile impiego del prodotto. I surgelati sono pratici, immediatamente utilizzabili perché già puliti e lavati: caratteristiche importanti anche dal punto di vista del risparmio energetico, della contrazione dei tempi di preparazione e cottura. Bisogna sottolineare inoltre che i prodotti freschi surgelati sono disponibili tutto l'anno: nel caso dei vegetali nello specifico, i prodotti sono raccolti al giusto grado di maturazione e nella stagione ideale, ma poi sono utilizzabili, garantendo la massima versatilità d'uso, in qualsiasi momento. Senza contare che il prezzo di vendita è costante indipendentemente dal periodo o dalle disponibilità del mercato, consentendo di pianificare e quantificare con precisione i costi durante l'anno».

Anche Marta Rondoni, direttore vendite Italia di Pinguin, sottolinea: «Il surgelato, soprattutto quello delle verdure, ha numerosi aspetti vantaggiosi sia in termini qualitativi che pratici. Le verdure surgelate sono trasportate, lavate, lavorate e surgelate entro poche ore dalla raccolta e ciò permette di preservare al meglio i principi nutritivi del prodotto e di garantire un prodotto stabile: in ogni momento dell'anno si potrà utilizzare il medesimo prodotto in termini di gusto, colore, consistenza e resa. Le raccolte sono effettuate in precisi momenti dell'anno, quelli mi-

La ricetta degli chef Apcì

Timballo di melanzane e orzo alle verdure con pomodoro fresco e basilico



INGREDIENTI PER 4 PERSONE

g. 100 Orzo perlato; n. 1 Carota; n. 1 Sedano; n. 1 Porro; n. 1 Zucchina; n. 1 Peperone Giallo; n. 1 Peperone Rosso; n. 10 Melanzane grigliate; n. 4 pomodori maturi ramati; n. 10 Foglie di basilico; Sale; Pepe; Olio extra vergine d'oliva; n. 4 Fette di Prosciutto Crudo di Parma.

PROCEDIMENTO:



APCI - Migliaia di autorevoli chef, affiancati da validi colleghi ristoratori, con il supporto logistico e operativo di un team selezionato di professionisti, una presenza dinamica e frizzante a garanzia del successo dei più importanti format ed eventi enogastronomici. Sono

questi gli ingredienti della famiglia delle berrette bianche dell'Associazione Professionale Cuochi Italiani.

www.cucinaprofessionale.com

CUOCO AUTORE: OMAR VIERO - SCHIO (VICENZA)



Luca Cerati, direttore della divisione foodservice di Bonduelle



gliori per ogni singolo prodotto, che poi potrà essere consumato durante tutto l'anno, soprattutto quando il prodotto fresco non è disponibile».

SOLO SURGELATI, CONSERVANTI ZERO. È bene sottolineare un aspetto, che serve a sfatare false opinioni che a volte si hanno nei confronti del surgelato in genere. Si tratta di un prodotto senza conservanti: è solo il freddo ad agire sulla loro lunga conservabilità.

A spiegarne in modo sintetico le fasi salienti della lavorazione è proprio Marta Rondoni: «Il prodotto fresco arriva presso i nostri stabilimenti e viene prima di tutto verificato da un attento controllo qualità, che ne accerta tutte le caratteristiche chimico fisiche, scartando il prodotto non conforme; viene poi lavato e centrifugato meccanicamente, dopo di che è sottoposto a diversi controlli manuali e meccanici per identificare ed eliminare eventuali corpi estranei (con metal detector e macchine con scanner in grado di selezionare per consistenza e colore). Successivamente, a seconda del prodotto, possono esserci ulteriori passaggi di lavorazione (taglio, porzionatura, realizzazione di mix di diverse verdure). Segue poi il «blanching» ovvero una sbollentata del prodotto ed infine la surgelazione».

«In Bonduelle - specifica a sua volta Cerati - per ogni tipologia di verdu-

ra esiste un processo differente che deve contemplare le caratteristiche della materia prima e la volontà di ottenere un determinato prodotto. All'interno dei nostri stabilimenti il prodotto è raccolto in stagione e lavorato entro le 24 ore successive. Entra quindi nel ciclo di produzione che prevede: calibrazione, una serie di lavaggi, processo di blanching e successivamente una vera cottura a vapore. La fase finale è la surgelazione e lo stoccaggio. Oggi possiamo vantare stabilimenti che lavorano solo su una determinata tecnologia di prodotto, ad esempio abbiamo una fabbrica in Portogallo in grado di produrre solo verdure grigliate, con un altissimo livello di competenze sia a livello agronomico che industriale».

SCARTI AZZERATI. Una carta importante che il surgelato vegetale gioca nelle cucine professionali è quella dell'assenza scarto, che come ben si sa nel prodotto fresco gioca sempre un ruolo significativo nel computo finale del food cost. Dice Lambertini: «Uno dei plus più evidenti delle verdure surgelate è che sono già lavate, pulite e pronte all'uso, quindi tutto ciò che si acquista può essere consumato. Non basta. Utilizzabili in qualsiasi momento, i vegetali surgelati sono anche un ottimo prodotto di "salvataggio": nel caso dei ristoranti, per esempio, l'arrivo di un numero inaspettato di clienti può essere affrontato senza problemi se si tiene qualche scorta di confezioni surgelate in freezer. È importante ricordare

Alcuni prodotti che compongono la gamma di verdure surgelate di Pinguin



inoltre che negli ultimi anni la ricerca e l'innovazione in questo campo hanno migliorato esponenzialmente la resa e il contenuto di servizio dei prodotti. In un mix di surgelati oggi si trovano, per esempio, prodotti scottati e lavorati con procedimenti molto differenti tra loro, si pensi alla presenza in una stessa confezione di cereali e di verdure, che una volta rinvenuti in cucina hanno una resa perfetta».

Il costante affinamento delle tecniche produttive ha visto coinvolti tutti i principali attori di questo mercato. «Da qualche anno - conferma Cerati di Bonduelle - proponiamo al mercato una gamma di prodotti precotti a vapore e successivamente surgelati, i prodotti "Minute" che non hanno quindi un calo peso poiché il processo di cottura è già avvenuto presso i nostri stabilimenti garantendo una rapidità unica in fase di preparazione e una resa ottimale del prodotto».

Dal canto suo Marta Rondoni su questo delicato aspetto specifica: «Le verdure surgelate sono molto stabili e quindi non soggette ad alcun calo di peso ed essendo già state private degli scarti di lavorazione sono a tutti gli effetti pronte all'uso. Inoltre un procedimento ad alto valore aggiunto come quello del blanching permette di poter offrire un prodotto che, imbendo il sistema enzimatico, risulta stabile sia dal punto di vista delle proprietà nutritive che organolettiche, limita l'ossidazione e mantiene le qualità intrinseche del prodotto».

TREND E NOVITÀ. Importante anche scoprire come le aziende si adeguano ai nuovi trend di consumo e assecondano le nuove esigenze dei ristoratori. Da Bonduelle dicono: «L'offerta negli ultimi anni si è notevolmente differenziata dando vita allo sviluppo di nuove categorie, ad esempio siamo stati i primi ad introdurre sul mercato italiano la tecnologia "millefoglie" sulle verdure in foglia. Oggi la ricetta vincente è offrire soluzioni per le necessità dei professionisti. Non

Daniele Lambertini, direttore commerciale foodservice di Orogel



è più sufficiente vendere in prodotto ma occorre rispondere alle esigenze dei nostri clienti utilizzatori».

Rondoni per Pinguin nota che: «Il fuoricasa predilige senza dubbio le classiche "monoverdure": spinaci, fagiolini, broccoli, solo per citarne alcune; sta però emergendo la richiesta di prodotti più elaborati come i mix etnici oppure di verdure "Express" dove il valore aggiunto più importante è il sostanziale azzeramento del tempo di cottura, che si traduce in risparmio di tempo e denaro».

Orogel non è da meno, grazie a un team chef dedicato a ricerca e sviluppo: «Abbiamo elaborato almeno 50 prodotti esclusivi negli ultimi anni - conclude Lambertini - che sono diventati in poco tempo top seller come il Couscous vegetariano, i Carciofi a fette ma anche la verza, la scarola e tante altre

referenze che hanno subito riscosso un buon successo. Ci sono tantissime novità in cantiere, tra le ultime arrivate ricordiamo le Polpettine di soia con verdure, le Melanzane a rondelle panate, i Fagiolini alla Paesana, le puree di verdure. Vorrei sottolineare, tra le caratteristiche più importanti del pack dei prodotti Orogel Food Service, la carta geografica stampata nel retro delle buste, che permette di sapere da quale regione italiana arrivano i prodotti, affiancata da un QR code, che una volta scansionato dà accesso a un mondo di informazioni, curiosità e ricette legate alla referenza, direttamente dal nostro sito internet. Inoltre, abbiamo dotato la linea biologica di un esclusivo pack compostabile, in linea con la filosofia green che contraddistingue da sempre Orogel».

La ricetta degli chef Apc

Cocotte di verdure arcobaleno affogate al vino e trionfo di pecorino canestrato



INGREDIENTI PER 4 PERSONE

g. 800 Verdure miste surgelate; g. 160 Pecorino canestrato; n. 1 Bicchiere di vino Inzolia; n. 1/2 Bicchiere di brodo vegetale; g. 20 Acciughe pulite; n. 1 Spicchio d'aglio in camicia; n. 2 Foglie di salvia; Olio extravergine d'oliva; Sale; Pepe bianco; g. 20 Pinoli tostati; g. 20 Uvetta sultanina.

PROCEDIMENTO:

Scottare l'aglio in camicia e soffriggere insieme le acciughe, aggiungere le verdure arcobaleno e rosolare. Eliminare l'aglio, regolare di sale e pepe. Sfumare con il vino Inzolia, aggiungere la salvia e il mezzo bicchiere di brodo vegetale. Cuocere per quindici minuti circa a fuoco lento. In una piccola padella antiaderente tostare i pinoli e l'uva sultanina. Tagliare a quadrucchi il formaggio pecorino, mettere poi le verdure in cocotte di ceramica e gratinare leggermente in forno. Guarnire con foglioline di salvia fresca.



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

www.cucinaprofessionale.com

CUOCO AUTORE: : CARMELO DALFINO - PALERMO

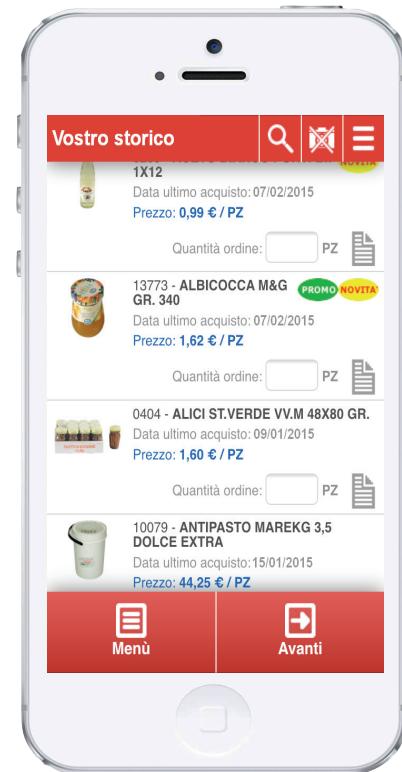
IN DISPENSA



Fornitori a portata di click

Si chiama Sales force automation e nasce nel segno della mobilità. È uno strumento semplice, comodo e sempre disponibile per effettuare ordini con sedici aziende della Cooperativa Italiana Catering

DI FABRIZIO GOMARASCA
Qual è lo strumento che identifica il nostro tempo ed è destinato ad essere sempre più pervasivo nei prossimi anni? La risposta non può che essere una: lo smartphone. Lo si usa per giocare, per scattare fotografie, per fare acquisti, per informare e informarsi, per chattare e per essere collegati con amici e follower, per esprimere giudizi e per farsi mostrare. Ma anche sul fronte professionale lo smartphone sta a poco a poco sostituendo dispositivi che solo fino a qualche anno fa erano l'update della tecnologia. Ai palmari



per prendere le comande in sala si stanno a poco a poco sostituendo gli smartphone. Anche i Pos sono rimpiazzati dal piccolo dispositivo tascabile. E ora anche gli ordini ai fornitori si fanno con lo smartphone. Almeno a un gruppo di aziende della Cooperativa Italiana Catering che hanno condiviso esperienze e sistemi e hanno aderito al progetto di Sales force mobility.

SI TRATTA DI UN'APPLICAZIONE che consente a chef e ristoratori, baristi, pasticceri, food & beverage manager degli hotel di inviare ordini direttamente dallo smartphone al fornitore. Non solo. Possono anche vedere lo storico degli acquisti, le promozioni, l'assortimento disponibile. Insomma un sistema che collega direttamente il cliente al fornitore, molto utile in caso di riordino o di ordini d'emergenza, senza errori, in maniera univoca e senza fraintendimenti, causati, magari dalla fretta. Perché un gruppo di aziende della Cooperativa Italiana Catering ha deciso di adottare uno strumento condiviso di questo tipo? Quali vantaggi offre? E a quali esigenze del mercato risponde?

Abbiamo posto queste domande a Roberto Zanobi, titolare della Formasal di Viterbo e responsabile del progetto di Sales force mobility.

«Adottare questo sistema – spiega Za-



- gestione ordine
- ti in promozione
- mento prodotti
- tratto conto
- Info

 Esci

Vostro storico |   

 1365 - ACCIUGHE SAL. ITAL. IIB KG5 CT 5X4 Data ultimo acquisto: 16/01/2015 Prezzo: 69,45 € / PZ	Quantità ordine: <input type="text" value="4"/> PZ 
 0888 - ACCIUGHE SAL. VATIC. KG.1 CT.1X12 Data ultimo acquisto: 28/01/2015 Prezzo: 12,35 € / PZ	Quantità ordine: <input type="text" value="8"/> PZ 
 0269 - ACETO BIANCO PONTI LT. 1X12 Data ultimo acquisto: 07/02/2015 Prezzo: 0,99 € / PZ	Quantità ordine: <input type="text" value="1"/> PZ 
 13773 - ALBICOCCA M&G GR. 340  	Quantità ordine: <input type="text" value="1"/> PZ 

 Menu |  Avanti

Conferma ordine | 

Note:
Fare attenzione ai prodotti freschi

Data consegna richiesta:
09/feb/2015

Orario consegna:
 mattina pomeriggio Importo totale: 393,55 €

 1365 - ACCIUGHE SAL. ITAL. IIB KG5 CT 5X4 Prezzo: 69,45 € / PZ	Quantità ordine: <input type="text" value="4"/> PZ 
 0888 - ACCIUGHE SAL. VATIC. KG.1 CT.1X12 Prezzo: 12,35 € / PZ	Quantità ordine: <input type="text" value="8"/> PZ 

 Modifica |  Menù |  Invia



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

Roberto Zanobi

nobi - significa per noi essere capaci di innovarci e proporci come aziende moderne e in continua evoluzione, in un business in cui connessione e velocità sono sempre più determinanti. È una soluzione a disposizione di tutti i soci della Cooperativa Italiana Catering che adottano lo stesso sistema gestionale Ergdis». Per ora si tratta di un gruppo di 16 aziende (v. elenco a destra) presenti un po' dovunque sul territorio nazionale che hanno, obiettivamente, fatto un passo importante: condividere la conoscenza, mettere a fattor comune le idee per crescere insieme. Senza considerare il vantaggio economico derivante dalla condivisione dei costi, cosa che rende l'adozione dell'applicazione molto conveniente.

UN PASSO AVANTI. Ma è innegabile che si tratta di un salto avanti della Cooperativa Italiana Catering anche in chiave di visione futura. Già si prevede uno step successivo: l'unificazione del sistema informativo (con la possibilità di effettuare delle personalizzazioni) delle aziende che partecipano al progetto e anche della sede centrale in

modo da ottenere i maggiori vantaggi in termine di efficienza gestionale. «Questo programma - prosegue Zanobi - nasce dall'esigenza di dotare i nostri clienti di uno strumento semplice, comodo e sempre disponibile per effettuare ordini ed essere costantemente in contatto con le nostre aziende. Abbiamo ritenuto molto importante creare una App su smartphone che permetta al responsabile acquisti di un albergo piuttosto che al titolare di un locale o allo chef di un ristorante di effettuare un ordine, conoscere un'offerta, controllare il suo estratto conto senza doversi collegare con un pc ai nostri siti web, ma semplicemente dal suo telefonino, in qualsiasi momento e luogo, abbattendo quelle barriere che condizionano e limitano l'utilizzo del commercio elettronico nella nostra professione».

Tre sono i punti qualificanti dell'applicazione Sales force mobility: il vantaggio di arrivare per primi in questo campo; la fidelizzazione del cliente, che nulla toglie al rapporto personale con la forza vendita che può occuparsi di interloquire in materia di scelte di prodotto e di programmazione, di nuovi inserimenti e delle opportunità che offrono con la calma necessaria, lasciando il riordino direttamente nelle mani del cliente e, terzo, metterlo a suo agio e farlo sentire a casa. Proprio il cliente rappresenta un'incongnita. «Mi aspetto una risposta molto positiva dalla nostra clientela - argomenta Zanobi - e credo che il successo dell'app dipenderà soprattutto dalla semplicità del suo utilizzo. Per

I sedici artefici dell'app

Ecco l'elenco delle aziende associate alla Cooperativa Italiana Catering che hanno dato vita all'app di Sales force mobility con la collaborazione di Ergon di Castelfranco Veneto.

- Agenzia Lombarda, Novate Milanese (Mi)
- Fattorini, Fano (Pu)
- Formasal, Viterbo
- GF1, Avenza (Ms)
- GF2, Levanto (Sp)
- Il Pascolo Verde, Carini (Pa)
- Maggengolo Valtellina, Castione Andevenno (So)
- Markal, Buggiano (Pt)
- Nicolas, Susa (To)
- Ristogamma, Rubiera (Re)
- Santanna, S. Quirico (Pn)
- Siquir, Capriccio Di Vigonza (Pd)
- Spe.Al, Medolago (Bg)
- Specia Alimentari, Baveno (Vb)
- Tre Esse, Bibione (Ve)
- Unigroup, Melilli (Sr)

Prodotti in promozione |   

Scrivi qui la parola da cercare e premi INVIO

 0888 - ACCIUGHE SAL. VATIC. KG.1 CT.1X12 Prezzo: 12,35 € / PZ	Quantità ordine: <input type="text" value="8"/> PZ 
 13773 - ALBICOCCA M GR. 340 Prezzo: 1,62 € / PZ	Quantità ordine: <input type="text" value="1"/> PZ 

 Prodotti in assortimento |   

Linea: BEVERAGE
Settori: BIBITE BEVERAGE

 14658 - APERITIVO COCKTAIL SAN PELLEGRINO X 24 Prezzo: 10,15 € / CT	Quantità ordine: <input type="text" value="1"/> CT 
 14447 - APEROL SODA 48 X 125 ML Prezzo: 34,10 € / CT	Quantità ordine: <input type="text" value="1"/> CT 
 17104 - APEROL SODA 54 X 125 ML Prezzo: 43,75 € / CT	Quantità ordine: <input type="text" value="1"/> CT 
 20088 - ARANCIATA LURISIA ML. 275 X24 PZ Prezzo: 25,99 € / CT	Quantità ordine: <input type="text" value="1"/> CT 

 Indietro |  Menù |  Avanti

In queste pagine alcune schermate dell'app che consente di effettuare gli ordini e di gestire i rapporti tra fornitori e clienti con lo smartphone

questo motivo ci siamo concentrati su una struttura semplice e intuitiva che permetta al nostro cliente un utilizzo veloce e chiaro. Sarà molto importante comunque seguirne la diffusione e l'utilizzo apportando eventuali modifiche al programma se necessarie».



VERDURE GRIGLIATE SURGELATE

Sono surgelate una a una, secondo la tecnologia Iqf (Individual quick freezing, cioè surgelazione rapida individuale) le verdure grigliate della linea Il Gelo Qualitaly. Si tratta di quattro prodotti che trovano applicazione negli antipasti e soprattutto in pizzeria.

MATERIA PRIMA Sono ortaggi di varietà controllate, esenti da danni o difetti provocati da insetti, malattie o altro

PROCESSO PRODUTTIVO Lavaggio, cernita, depicciolatura, taglio, cottura, cernita, surgelazione, confezionamento

CARATTERISTICHE ORGAPOLETTICHE

Peperoni a falde - Colore giallo e rosso. Odore gradevole, caratteristico del prodotto. Gusto dolce, senza retrogusti anomali.

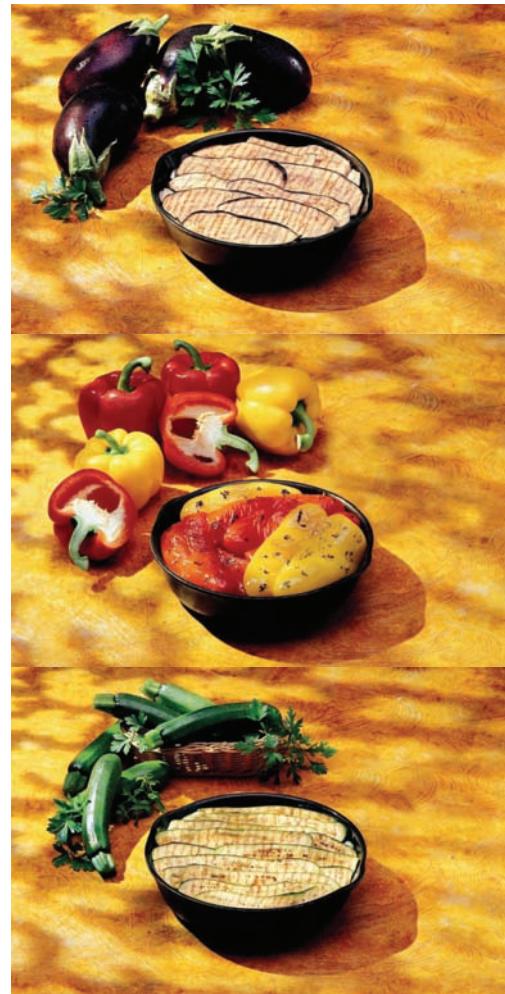
Melanze a fette - Colore dal beige al bruno con segni di grigliatura. Odore gradevole, caratteristico del prodotto. Sapore dolce, senza retrogusti anomali.

Peperoni interi - Colore giallo e rosso. Odore gradevole, caratteristico del prodotto. Gusto dolce, senza retrogusti anomali.

Zucchine a fette - Colore dal giallo-verde al bruno con segni di grigliatura. Odore gradevole, caratteristico del prodotto.

TEMPO MASSIMO DI CONSERVAZIONE 30 mesi

CONFEZIONE Buste da 1 kg in cartoni da 5 kg





NICE FRUIT



La revolución Frutta congelata uguale alla fresca



I VALORI
NUTRITIVI
RIMANGONO
INVARIATI

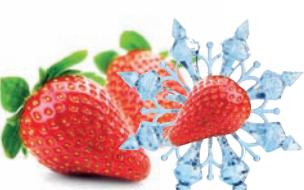
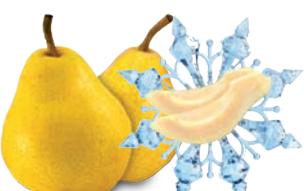
Il nuovo processo di congelamento
specifico per la frutta fresca che,
senza l'aggiunta di additivi, né
conservanti, consente al frutto stesso
di mantenere **inalterate tutte le**
proprietà organolettiche.

DISTRIBUTORE ESCLUSIVO PER L'ITALIA
GENERAL FRUIT



General Fruit S.r.l.

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



Quando il rischio corre tra i fornelli

La cucina è un ambiente pieno di pericoli per la salute degli operatori. Con l'opportuna formazione e gli accorgimenti in fase di progettazione e di lavoro molti si possono prevenire.

Amate il rischio? Allora fate lo chef! Secondo i dati Inail, infatti, i cuochi rientrano tra le categorie di lavoratori maggiormente colpiti da incidenti sui luoghi di lavoro. Mediamente Inail stima che nel settore ristorazione-alberghi avvengano circa 33.500 infortuni sul lavoro ogni anno, un terzo dei quali avviene nei ristoranti. La mansione con la maggiore incidenza di infortuni è quella dei cuochi che rappresenta il 22% del totale. Seguono camerieri (21%), inservienti (13%), baristi (7%) e rosticceri/pizzaioli (4%). Le categorie di dipendenti più a rischio sono i lavoratori stranieri, i giovani e i nuovi assunti, gli avventizi, i lavoratori di oltre 65 anni e le donne.

MA COSA C'È DI TANTO PERICOLOSO in cucina? L'ambiente stesso, tanto per cominciare! Scivoloni, inciampate e cadute rappresentano la causa più comune di infortunio nella cucina. Eventi prevenibili con illuminazione idonea, pavimenti antiscivolo e passaggi sgombri da ostacoli. Il personale, dal canto suo, deve indossare calzature adeguate, chiudere sempre gli sportelli, asciugare immediatamente versamenti di liquido sul pavimento ed evitare di correre. Rientrano nelle categorie di

Le incidenze degli infortuni secondo le mansioni

- 22%** Chef
- 21%** Camerieri
- 13%** Inservienti
- 7%** Baristi
- 4%** Rosticceri/pizzaioli

Sede della lesione degli infortuni

- 17%** Mano
- 7%** Caviglia
- 8%** Torace
- 7%** Braccio e avambraccio
- 15%** Polso
- 10%** Ginocchia e colonna vertebrale

Fonte: Inail



Rischi anche psicologici

Il danno alla salute non è solo quello fisico: i numerosi turni di lavoro nelle ore serali e notturne e nei fine settimana, insieme agli elevati livelli di stress che si possono raggiungere nelle cucine possono compromettere l'equilibrio vita-lavoro degli addetti. Le condizioni di disagio, a loro volta, contribuiscono ad aumentare il rischio di infortuni.



Protezione individuale da chef!

Indossare dispositivi di protezione individuale riduce i rischi. Ecco quali sono:

Calzature: devono avere suola antiscivolo. Sono da preferire i sandali perché una scarpa chiusa trattiene più facilmente eventuali liquidi bollenti. Un cinturino posteriore impedisce lo sfilamento.

Guanti antitaglio: vanno usati durante la pulizia di macchine con lame o parti taglienti o operazioni intense di taglio.

Grembiule imperforabile: si indossa quando si eseguono operazioni con il coltello rivolto verso il tronco dell'operatore.

rischio ambientale anche l'esposizione a temperature elevate (può provare sintomi che vanno da eruzioni cutanee e sintomi di svenimento, fino a collassi e colpi e crampi da calore) e a rumore eccessivo, che a lungo andare provoca sordità.

Altra possibile fonte di rischio è la movimentazione manuale di carichi, che può comportare disturbi musculoscheletrici. Per prevenirli, in cucina è opportuno prestare attenzione

nel sollevare pentole, tegami, cestelli di lavastoviglie o derrate, facendosi aiutare quando il carico è troppo pesante.

Coltelli e altre attrezture taglienti (anche elettriche) rappresentano un altro nemico della salute di chef e aiuti. Con qualche accorgimento, però, i tagli si possono prevenire: i coltelli vanno mantenuti in buone condizioni, conservati in un portacoltelli e lavati separatamente dalle altre

stoviglie. Per tagliare, bisogna usare un tagliere antiscivolo e durante la pulizia o la sostituzione di lame di apparecchi taglienti vanno indossati guanti antitaglio.

UN AMBIENTE CHE SCOTTA! In cucina non si può evitare di aver a che fare con liquidi, prodotti e attrezzi ad elevata temperatura, ma alcuni comportamenti possono aiutare a ridurre il rischio ustioni.

IN CUCINA

Per esempio, usare un vassoio o un carrello per trasportare utensili caldi, tenere manici di tegami o pentole rivolti verso l'interno dei piani di cottura e non verso i bordi esterni, alzare gli oggetti bollenti con panni asciutti, usare dispositivi automatici per immergere gli alimenti nella friggitrice e smaltire l'olio residuo solo dopo il raffreddamento.

Anche il rischio di incendi non è certo trascurabile, in cucina, per la presenza di apparecchi elettrici, fiamme libere e combustibili come oli e grassi. Mantenere puliti coperchi, cappucci e filtri, forni, fornelli, friggitrici, cappe di aspirazione, non lasciare stracci o altri materiali combustibili vicino alle fonti di calore, mantenere le attrezzature elettriche in buono stato e sottoporle a controlli regolari sono atteggiamenti utili a ridurre il rischio. Importante non lasciare braci ardenti incustodite e, alla fine del turno di lavoro, chiudere tutte le valvole di gas e controllare che tutte le attrezzature elettriche siano spente.

Una formazione continua di tutti gli operatori, in particolare i nuovi arrivi e gli interinali, contribuisce a ridurre il livello di rischio per tutti.

SICUREZZA: CHI SI OCCUPA DI COSA, AI SENSI DEL TESTO UNICO 81/08.

DATORE DI LAVORO	<ul style="list-style-type: none">• Valuta i rischi ed elabora il Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)• Indica il programma delle misure di prevenzione idonee a garantire i livelli di sicurezza;• dota i lavoratori dei dispositivi di protezione individuale (DPI);• individua e nomina i soggetti in grado di contribuire alla tutela della salute dei lavoratori;• responsabile del servizio prevenzione e protezione (RSPP): il datore di lavoro può anche autonominarsi;• medico competente (MC);• lavoratori incaricati ad attuare le misure di gestione delle emergenze (Incaricato lotta antincendio, Incaricato primo soccorso);• informa, forma e addestra i lavoratori sui rischi specifici e sulle misure di sicurezza da adottare.
RESPONSABILE SERVIZIO PREVENZIONE E PROTEZIONE (RSPP)	<ul style="list-style-type: none">• Individua i fattori di rischio e le misure per la sicurezza sul lavoro, coordinando la stesura del DVR• elabora le misure preventive e protettive necessarie, fornendo ai lavoratori le informazioni sui rischi dell'attività;• propone programmi di informazione e formazione dei lavoratori.
PREPOSTO	<ul style="list-style-type: none">• Vigila sull'osservanza degli obblighi da parte dei lavoratori e delle disposizioni aziendali in materia di salute e sicurezza sul lavoro;• segnala tempestivamente le defezioni di mezzi e attrezzature di lavoro, dei DPI e la presenza di particolari rischi;• frequenta appositi corsi di formazione
INCARICATO PRIMO SOCCORSO (IPS)	<ul style="list-style-type: none">• Interviene in caso di presenza di infortunio di un soggetto, ne valuta le condizioni ed eventualmente attiva la catena dei soccorsi;• presta le prime cure effettuando manovre di primo soccorso.
INCARICATO LOTTA ANTINCENDIO (ILA)	<ul style="list-style-type: none">• Controlla la presenza e la disponibilità delle misure antincendio; interviene in caso di principio di incendio per contenerlo o estinguergelo.
MEDICO COMPETENTE	<ul style="list-style-type: none">• Effettua gli accertamenti sanitari ed esprime i giudizi di idoneità verso la mansione specifica;• istituisce e aggiorna la cartella sanitaria e di rischio;• fornisce informazioni ai lavoratori sugli accertamenti sanitari;• collabora all'attività di formazione e informazione.
RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI (RLS)	<ul style="list-style-type: none">• Accede a tutti gli ambienti di lavoro e propone piani di miglioramento per la salute dei lavoratori;• consulta il DVR e il registro infortuni;• partecipa alle riunioni e ai sopralluoghi del MC e degli Enti Tutori.
LAVORATORE	<ul style="list-style-type: none">• Utilizza correttamente macchinari, utensili, DPI;• segnala le defezioni di mezzi e dispositivi di sicurezza e condizioni di pericolo;• non modifica senza autorizzazione i dispositivi di sicurezza o di controllo;• si sottopone ai controlli sanitari previsti;• frequenta i corsi di formazione previsti.

Apparecchi sicuri, a norma di legge

Le apparecchiature in uso nelle cucine professionali devono essere conformi a specifici requisiti minimi di sicurezza definiti dalle direttive europee. In particolare per le apparecchiature utilizzate nelle cucine professionali le principali Direttive di riferimento sono la direttiva Bassa tensione, Gas e Compatibilità elettromagnetica. Ogni apparecchiatura in vendita deve essere accompagnata da dichiarazione di conformità e non può circolare sul mercato se non riporta la marcatura CE. L'apposizione della marcatura CE

rappresenta l'atto finale con il quale il fabbricante dichiara che il prodotto che sta immettendo sul mercato è stato controllato e soddisfa i requisiti minimi di sicurezza previsti dalle Direttive europee. Quest'ultima è, in caso di prodotti elettrici, una sorta di autocertificazione del produttore di aver costruito in conformità con i requisiti di sicurezza e che pertanto è attendibile laddove il produttore sia serio e affidabile. Per questo motivo, molti costruttori, per offrire una garanzia definitiva sulla qualità dei loro prodotti, richiedono un marchio volontario di sicurezza, come ad

esempio IMQ, rilasciato da un ente terzo al di sopra delle parti. Discorso diverso va fatto per le apparecchiature che hanno anche un'alimentazione a gas. In questi casi l'apposizione della marcatura CE e l'emissione della dichiarazione di conformità sono subordinati all'esame CE del tipo, che deve essere effettuato solo da un Organismo Notificato come IMQ che ne rilascia il relativo Certificato e accanto al simbolo CE deve riportare un numero che identifica l'ente di certificazione incaricato della sorveglianza di quel prodotto (per

Gli incidenti più comuni? Tagli e ustioni



Giorgio Perin, chef del ristorante dell'albergo Mo.om, a Olgiate Olona (Va) e membro dell'APCI (Associazione Professionale Cuochi Italiani)

Ma come si vive davvero la questione sicurezza sul lavoro nella cucina di un ristorante? Ce lo racconta Giorgio Perin, chef del ristorante dell'albergo Mo.om, a Olgiate Olona (Va) oltre che membro dell'APCI (Associazione Professionale Cuochi Italiani). È lui il responsabile della sicurezza in cucina. L'hotel si rivolge prettamente a chi viaggia per affari. Il ristorante serve mediamente 60 coperti al giorno - in prevalenza la sera - e in cucina lavorano 3 addetti.

Si sono mai verificati infortuni sul lavoro nella vostra cucina?

Siamo aperti da quasi due anni e fortunatamente non è mai capitato nulla di grave, anche se vi sono stati incidenti di poca entità.

Quali sono gli attrezzi più pericolosi in cucina?

Sicuramente i coltelli, sia perché le lame sono

molto affilate, sia perché si tende ad avere troppa confidenza con loro, abbassando il livello di attenzione. Poi capita che per un mese non ci si faccia nemmeno un graffio e un bel giorno ci si tagli 4 o 5 volte... Può succedere, ma per fortuna non si tratta mai di nulla di grave. Un'operazione molto pericolosa è la pulizia dell'affettatrice. I suoi tagli, l'ho sperimentato di persona, sono più dolorosi di quelli del coltello. Però si possono prevenire indossando l'apposito guanto antitaglio quando la si pulisce.

E le ustioni?

Sono anch'esse molto frequenti. Lavoriamo con forni, padelle, friggitrici. Scottarsi è quasi inevitabile, specie se per il caldo si lavora con le maniche della giacca rimboccate. Anche in questo caso non si sono mai verificati gravi incidenti.

Quanto è importante l'atteggiamento della direzione nei confronti del tema della sicurezza dei lavoratori?

Molto. Nel nostro caso, lavoriamo in un hotel di nuova concezione, costruito con un occhio al design e all'impatto ambientale, ma è stata prestata grande attenzione alla sicurezza di chi vi opera. Qualche esempio? Di solito si tende a nascondere e a rendere più piccole possibili le tubature per l'impianto antincendio, qui al Mo.om sono ancora più grandi di quanto richiede la legge. Poi, quando in estate ho fatto notare che le temperature erano poco sopportabili, è stato rapidamente installato un impianto di ventilazione che ha migliorato molto la qualità della vita. Tutti i dispositivi per la sicurezza sono tenuti in perfetto ordine e stato di manutenzione. In quanto responsabile della sicurezza ho seguito corsi di ogni tipo, dall'antincendio al pronto soccorso!

IMQ il numero è 0051).

«I rischi connessi con le apparecchiature elettriche – spiega Giorgio Pietrantuono, tecnico di laboratorio esperto di sicurezza di tali strumenti di IMQ – oltre a quelli da eletrocuzione sono soprattutto legati al rischio di taglio. Per questo la norma impone, per esempio, che eventuali vetri in caso di rottura si frantumino in frammenti smussati e che gli spigoli non siano taglienti. Per quanto riguarda i rischi legati all'elettricità, gli apparecchi devono essere costruiti in modo che le parti elettriche non siano accessibili ed essere dotati di sistemi di sicurezza». In

generale i prodotti elettrici, per poter essere conformi alle direttive europee, devono dimostrare di essere sicuri dal punto di vista elettrico, solidi e resistenti da quello meccanico, e in generale non essere mai fonte di eventuale pericolo anche in caso di utilizzo anomalo o guasto. Ma non solo. In particolare per apparecchiature a contatto con alimenti, come ad esempio le affettatrici, di rilievo è anche l'aspetto di igiene alimentare. Il prodotto deve essere dunque costruito con materiali compatibili con il contatto alimentare e con una struttura tale che consenta un'agevole pulizia e manutenzione

delle parti.

Stessi requisiti di sicurezza valgono anche per i prodotti a gas. «Infine – spiega Roberto Bigoni, tecnico di laboratorio esperto della sicurezza di forni e piani di cottura a gas – non va dimenticato che accanto alla sicurezza delle apparecchiature utilizzate è importante rispettarne anche il corretto utilizzo; l'operatore deve essere addestrato all'uso corretto di tutte le apparecchiature, perché qualunque uso improprio può comportare un rischio. Il libretto di istruzione non deve essere relegato sul fondo di un cassetto, ma letto, compreso e riletto quando se ne presenta la necessità».

Congelato o surgelato? Questo è il problema

I processi di lavorazione in cucina richiedono sempre più il ricorso a materie prime o a preparazioni che si conservano a temperatura negativa. Ma è ancora poco chiara la differenza tra surgelare e congelare. Ecco qualche indicazione

DI GREGORI NALON - WWW.GREGORICHEF.IT

Sempre più lettori stanno seguendo questa mia rubrica che ormai da alcuni anni accompagna e soddisfa le vostre curiosità e/o dubbi. Moltissimi di voi mi contattano in facebook nelle mie pagine, altri in www.facecook.it, altri dopo essersi iscritti gratuitamente nel mio sito ufficiale www.gregorichef.it, scrivono ricette e chiedono consigli. Un grazie va alla CIC e alla redazione, che mi danno l'opportunità di poter trasmettere informazioni di vario genere. Questo mese parliamo di un argomento davvero importante, che può determinare la bontà e la sicurezza di un alimento. Parliamo di congelazione e surgelazione. Distinguiamo le due cose, in modo semplice con un esempio.

PER CONGELAZIONE si intende portare un alimento a -18° in tempi lunghi: è il metodo tradizionale che solitamente si effettua in casa, e purtroppo ancora oggi, in molti ristoranti. Quando parliamo di surgelazione, intendiamo un processo che porta a -18°, o meglio a -22° al cuore del prodotto

nel tempo più breve possibile, tramite strumentazioni professionali, come l'abbattitore di temperatura, ormai sempre più presente sia nelle case che nei ristoranti.

Possiamo ricorrere a un esempio per capire meglio la differenza tra i due procedimenti. Se prendete una bottiglia di vetro, con dell'acqua, e la

congelare

procedimento di abbattimento della temperatura del cibo a -18°C in tempi lunghi

surgelare

rapido abbattimento a -22°C al cuore del prodotto



mettete nel congelatore, come ben sappiamo tutti, nella fase di congelamento con tempi lunghi, dopo alcune ore la stessa bottiglia scoppierà. Tutto questo non succede se fate un processo veloce con abbattitori di temperatura rapidi e/o altri sistemi ancora più performanti. Se applichiamo questo esempio a un alimento, si comprende



Sistema corretto
di confezionamento per
congelazione/surgelazione



Sistema errato di
conservazione

GregoRi's
FOOD COACH



Esempio cattivo
congelamento
di una verdura



Gelato mal congelato

fagiolini, finocchi ecc.), il consiglio è di sbollentarli in acqua salata per qualche minuto, poi una volta freddi sistemare nei sacchettini, come sopra descritto, appiattire e congelare su pannello metallico, come sopra descritto.

Se invece siamo in un ristorante, pasticceria, o in un ambiente professionale dove si manipola, utilizza, trasforma cibo per altri, è doveroso utilizzare un abbattitore rapido di temperatura, per poter velocizzare il sistema di surgelazione. Ne consegue una qualità superiore, una struttura ottimale del prodotto, che, una volta portato a temperatura, si presenta in ottime condizioni. Ormai vi sono piccoli abbattitori rapidi di temperatura che possono aiutarvi a preservare in ottime condizioni cibi cotti, cibi crudi, paste fresche anche ripiene, ecc. nonché ottenere eccellenti risultati per prodotti da pasticceria, quali semifreddi, parfait, gelati ecc.

Naturalmente è doveroso per tutti fare le cose fatte bene, seguire le regole di igiene, e offrire prodotti che abbiano seguito un processo corretto di surgelazione.

Un esempio su tutti? Il classico semifreddo. Bene, un semifreddo quando si immerge il cucchiaino deve avere un aspetto cremoso, soffice, e senza "aghi" o cristalli di ghiaccio, sinonimo di mal congelamento. Attenzione però che la morbidezza di un semifreddo, non centra nulla con il congelamento rapido o meno: in quel caso si parla di errori di bilanciamento di zuccheri, schiume d'uovo, grassi ecc.

Quanto sopra, potrà sicuramente darvi buoni risultati, e la consapevolezza che pochissimi accorgimenti potranno migliorare la qualità del cibo stesso. Un saluto a tutti voi, alla prossima rubrica.

bene che la congelazione rovina il cibo e ovviamente successivamente quando si decongela. In termini più scientifici, con la la surgelazione la rapidità del processo consente di ottenere cristalli di ghiaccio piccolissimi all'interno del tessuto cellulare che non danneggiano la struttura dell'alimento. Con il processo di congelamento, invece, all'in-

ABRUZZO



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



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

CALABRIA



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



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

CAMPANIA



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



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



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

EMILIA ROMAGNA



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



SALSOCARNI S.R.L.
43039 Salsomaggiore Terme (Pr)
Tel. 0524 571451

FRIULI VENEZIA GIULIA



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



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

LAZIO



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



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



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

LIGURIA



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



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

LOMBARDIA



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



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



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



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



*La qualità,
ogni giorno ovunque.*



RAISONI ANTONIO S.R.L.
(Longa Carni S.R.L.)
23030 Livigno (So)
Tel. 0342 996159



SPE.AL S.R.L.
24030 Medolago (Bg)
Tel. 035 902333

MARCHE



FATTORINI S.R.L.
61032 Fano (Pu)
Tel. 0721 806358

PIEMONTE



NICOLAS S.A.S.
10058 Susa (To)
Tel. 0122 31565

by NOVEL
NOV.AL S.R.L.
10043 Orbassano (To)
Tel. 011 9016516

SPECA ALIMENTARI S.R.L.
28831 Baveno (Vb)
Tel. 0323 922714

PUGLIA



DAUNIA ALIMENTI S.R.L.
71100 Foggia
Tel. 0881 752243



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

SARDEGNA



GRUPPO ALIMENTARE
SARDO S.P.A.
07100 Sassari
Tel. 079 2679004

SICILIA



4 GRADI S.A.S.
98124 Messina
Tel. 090 696077



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



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



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

TOSCANA



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



G.F1 S.R.L.
54031 Avenza (Ms)
Tel. 0585 53703



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

TRENTINO ALTO ADIGE



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



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

VENETO



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



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

AUSTRIA



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

SLOVENIA e CROAZIA



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

USA



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



SCOUT MARKETING, LLC - LORTON
TEL. 003019861470



Cooperativa Italiana Catering

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

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

Vantaggi delle app

IL CLIENTE

evita attese al telefono e può trovare subito un'alternativa se non c'è un tavolo disponibile

IL RISTORATORE

migliora l'efficienza nelle prenotazioni, programma il lavoro

Vantaggi del libro delle prenotazioni

IL RISTORATORE

ha una visione della programmazione dei tavoli in un colpo d'occhio e ha accesso contemporaneamente a informazioni di vario tipo



Prenotazioni, le app avanzano

Si diffonde l'uso delle app e dei siti per prenotare un tavolo al ristorante. Un cambiamento di abitudini trainato dallo smartphone che i ristoratori valutano con attenzione. Perché i vantaggi sono tanti.

Sei consigli per scegliere l'app giusta

1 AGILITÀ

Il sistema deve essere agile, facile ed affidabile. Se ne può scegliere più di uno ma nel caso va messa in conto la gestione dei vari sistemi. Il collegamento con il sistema di cassa consente il totale automatismo



2 OPZIONI

Controllare i servizi aggiuntivi, in termini di assistenza (quante ore, come, c'è un referente fisso?) e benefici aggiuntivi (sito internet, analisi di mercato)

3 ANALYTICS

L'analisi dei dati generati dalle prenotazioni è importante per gestire meglio le stesse, ma anche per capire come e quando proporre incentivi

4 COLLABORAZIONE

Importanti anche le partnership con altre realtà: danno ulteriore visibilità al ristorante.

DI ANNA MUZIO

Il libro delle prenotazioni ordinato, austero, elegante fa bella mostra all'ingresso di molti ristoranti blasonati. È il vademecum di ogni ristoratore e racconta il lavoro quotidiano, è la memoria del successo o meno del lavoro di ogni giorno. E può essere anche compagno di lavoro per il ristoratore al quale fornisce informazioni e, anche, l'emozione di sfogliare la carta.

Oggi questo strumento, che resiste in tantissimi casi, rischia di essere messo in difficoltà a causa di un dispositivo che è entrato nelle nostre vite e ha cambiato tante nostre abitudini, lo smartphone, e ai siti e App per prenotare, che stanno uscendo dal "ghetto" dei 30enni ipertecnologizzati per entrare nelle abitudini di fasce di clienti sempre più ampie. «È un business che negli ultimi sei mesi per noi è cresciuto di 12 volte, solo a dicembre abbiamo prenotato 14mila coperti su 2400 ristoranti,

e ormai oltre la metà delle prenotazioni arriva da smartphone» spiega Simone Tomaello, Ad di 2Night che "firma" l'app MiSiedo.

LATO CLIENTE, l'uso del servizio di prenotazione online, via pc, tablet o smartphone che sia, consente di evitare attese al telefono e numeri occupati, specie in serate "calde" come il sabato sera, e in mancanza di un tavolo, di trovare subito un altro ristorante in zona.

Lato ristoratore i vantaggi di essere inserito in queste applicazioni sono vari. A cominciare dalla gestione interna. Le prenotazioni sono infatti raccolte tramite iPad o pc. Quelle telefoniche vengono inserite manualmente. Se l'applicazione è collegata con il programma di gestione della cassa, poi, dispone automaticamente e in tempo reale del numero di coperti liberi, limitando al massimo l'intervento umano. «Alcuni risto-

ratori hanno addirittura deciso di non accettare più prenotazioni telefoniche - dice Tomaello -; così possono impiegare diversamente il personale che prima rispondeva al telefono».

Non solo. Con questo sistema il ristoratore può ottimizzare le prenotazioni, intervenendo manualmente per scegliere i posti che vuole "aggiudicare" al sistema. Può proporre promozioni in serate "spente", come i weekend estivi in città, o chiudere del tutto le prenotazioni online nel caso ci siano gruppi in arrivo. Le promozioni non sono obbligatorie, ma i ristoranti con offerte balzano in cima alla lista dei locali. Il costo? In genere vi è una parte una tantum per l'avvio, poi una quota fissa sulle prenotazioni che va da 1 a 4 Euro, a seconda dell'operatore e del tipo di ristorante. Il device per le prenotazioni, sia un Pos o un iPad, è fornito dalla compagnia scelta, così come

6 REPORT

Cruciale la diffusione presso i clienti (quanti i download, quante le prenotazioni generate?)

5 MONITORAGGIO

I concorrenti di zona quale app stanno usando?

JustEat, l'app per il take away

JustEat, nata in Danimarca nel 2001 e sbarcata in Italia 4 anni fa, è un'app collegata al servizio a domicilio oggi presente con 2000 ristoranti in 158 comuni, anche al sud «perché è l'offerta che guida la domanda. Siamo un canale di vendita alternativo» spiega il Sales Director Marcello Marazzi. «Abbiamo calcolato che nei primi 5/6 mesi dall'inserimento del ristorante le vendite aumentano del 15/25%, a seconda di dove si trova, della puntualità di consegna e naturalmente della qualità del cibo: tutte cose che vengono valutate dai nostri clienti. Quindi chi meglio lavora avrà più visibilità nei risultati delle ricerche».

Come funziona? «Noi forniamo un terminale simile a un Pos, con una sim a nostro carico: il ristoratore riceve l'ordine, le informazioni sul cliente e l'orario di consegna, che si può accettare o posticipare. Nella quota di affiliazione c'è anche la realizzazione di un minisito». Prezzi (uguali a quelli nel ristorante), eventuali promozioni e condizioni di consegna sono stabilite dal ristoratore, JustEat fa promozioni in serate "calde" come ad esempio la finale di X-Factor «ma aiutiamo i nostri ristoratori ad aumentare le vendite anche analizzando il mercato di zona e dando consigli: ad esempio su come studiare l'area di consegna che per le pizze deve essere entro i 15/20 minuti massimo, mentre il sushi ad esempio può avere un raggio più ampio».

l'assistenza informatica (e a volte anche di marketing) necessaria per cominciare.

I servizi più diffusi oltre a MiSiedo sono Restopolis, MyTable, Freepie ma il mercato è in costante evoluzione. Il "reclutamento" dei ristoranti avviene su base locale, città per città. Non c'è una valutazione qualitativa, anche se i più gettonati sono dei must-have per tutti.

IL SOCIAL SI INTEGRA. Il passa parola infatti, che regola da sempre il "borsino" della ristorazione, oggi non è più l'unico, e presto non sarà nemmeno il principale, mezzo di diffusione del nome di un ristorante. Molte App hanno anche un blog che dà visibilità ai ristoranti in lista, a rotazione. E hanno programmi di fidelizzazione per i clienti, con raccolte

punti che invitano a tornare a prenotare. Perché portare più clienti al ristorante è l'obiettivo comune. Raggiunti anche tramite accordi con altre realtà quali Alitalia, Uber o Vodafone.

CROLLA IL NO-SHOW. Le prenotazioni non confermate sono un grosso mal di testa per la categoria. Le App, profilando il cliente, arginano il problema perché prevedono "sanzioni" se la persona che ha prenotato non si presenta al ristorante (dalla perdita dei punti guadagnati fino all'esclusione dal sistema). Inoltre, diminuiscono le perdite di clienti dovute alla mancanza di posti, perché invece del secco no dell'addetto indaffarato in altre cose o di un telefono occupato, al cliente viene subito proposta la prima data utile disponibile, e



Caroline Denti e California Bakery, le ragioni di una scelta



Si affida a vari servizi per la consegna a domicilio «che non vogliamo gestire direttamente», mentre il servizio di prenotazioni tavoli è interno, tramite call center. Spiega la scelta Caroline Denti, titolare di California Bakery, format nato nel 1995 e che oggi ha una decina di punti vendita a Milano. «Con questi sistemi raggiungiamo molte più persone, ci danno grande visibilità, per questo abbiamo

scelto di affidarci a più di una società (oltre a Just Eat, MyFood e a breve Bacchette e Forchette). Su queste piattaforme possiamo anche fare azioni di marketing e sconti che sarebbe complicato gestire sul nostro sito. Con alcuni la parte logistica è a carico del ristoratore, altri offrono un servizio completo ma si trattengono percentuali maggiori».

Perché invece non esternalizzare le prenotazioni? «Al momento non abbiamo problemi di affluenza e non abbiamo bisogno di spingere sulle prenotazioni. Abbiamo un centralino che, via telefono o e-mail, si



interfaccia con i booking dei vari negozi. Stiamo però pensando, con molti conflitti interni, di consentire il booking online attraverso il nostro sito perché il centralino, cui i clienti rivolgono spesso domande, a volte è occupato. Un modo per parlare il linguaggio del cliente di oggi, anche se il lato negativo è che si perde quel contatto umano a cui teniamo molto. Il nostro è un mondo fatato che richiama i sapori di quando si era bambini. È vero che il cliente di oggi ha fretta, ma noi lo vorremmo fermare anche prima che arrivi da noi. Daremo comunque entrambe le opzioni di prenotazione».

Il sito di prenotazione ristoranti online
#1 in Italia.

partner ufficiale di

Groupon **tripadvisor.it** **.italo** **Giallo Giallo Giallo**

Ristoranti in Evidenza

Fratelli La Bufala Osteria Rotonda dei Fazzoli... La Sartoria

magari sceglie di cambiare programma pur di provare proprio quel ristorante (tanto consigliato dalla guida o dall'amico, o dove mangiare quella specialità che piace tanto).

ESSERE SU UNA GUIDA è indubbiamente un modo per farsi conoscere, classico ma ancora attuale. Per questo le app stanno entrando nel mercato, consapevoli del vantaggio di poter prenotare subito un posto una volta letta la recensione e scelto il ristorante. MiSiedo ad esempio ha stretto una partnership con la

Guida dell'Espresso.

E pure TripAdvisor, consultatissima nonostante i recenti guai con l'Antitrust, ora consente la prenotazione diretta anche in Italia attraverso la piattaforma internazionale The Fork, già attiva in cinque Paesi europei, dopo l'acquisizione e l'integrazione di Restopolis e Mytable.it. Visto che la recensione dei clienti piace tanto, questi sono esortati a commentare e "passare parola" sui social, anche guadagnando buoni da spendere in uno dei ristoranti associati.

E con la certezza che la recensione

sia, se non accurata, quanto meno fatta da chi nel ristorante c'è veramente stato, perché il commento è legato alla prenotazione.

Tramite questi sistemi è anche possibile analizzare i dati dei clienti, per studiare i flussi, le sere o gli orari da presidiare, o anche offrire un bicchiere di benvenuto a un newcomer o a un habitué. Non solo. «L'analisi dei big data è uno dei temi caldi del momento. In un futuro vicino le App daranno la possibilità di conoscere il cliente e offrirgli il ristorante più adatto ai suoi gusti» conclude Tomaello.

Vino come bio comanda

Cresce l'attenzione verso le etichette organic e l'interesse del cliente verso proposte vinicole "alternative": il vino biologico attrae i consumatori giovani, gli enocuriosi e gli stranieri

DI PIETRO CINTI

Prodotto destinato ad avere un numero crescente di estimatori/clienti o fenomeno legato a una moda, quindi "passeggero" per definizione? Dopo un decennio di polemiche, l'Ue ha regolamentato la materia chiarendo il concetto di "vino biologico" e indicando una serie di prescrizioni e restrizioni per ottenere la certificazione da un ente terzo e, quindi, la possibilità di avere il logo europeo, l'ormai celebre fogliolina su campo verde, che oggi connota tutta la produzione biologica. Naturalmente le polemiche non si sono placate, i paladini della naturalità a tutti i costi ritengono troppo permissivo il Regolamento Europeo 203/2012 e si è creato un fronte/movimento di vignaioli più intransigenti, che

rifiuta la certificazione in nome di una viticoltura e vinificazione prive di coadiuvanti.

LUNGI DALLO SCHIERARSI in questa diatriba, notiamo come l'interesse verso i vini biologici certificati, o organic nell'accezione comunemente usata oltreconfine, sia in crescita tumultuosa, nei paesi anglosassoni o del Nord, quelli con una tradizione vinicola meno radicata e una cultura del consumo più "giovane" e aperta alle sperimentazioni e ai nuovi percorsi enologici. Nelle nazioni a consolidata tradizione vinicola, il biologico è un concetto che si veicola meglio sull'ortofrutta o sui latticini, che non nel nettare di Bacco.

Nonostante tutto, nel 2014 secondo Wine Monitor Nomisma, il 2% delle

famiglie italiane ha acquistato almeno una volta vino bio, ma questa quota è destinata a crescere anche per il contemporaneo aumento delle superfici vitate biologiche (+67% dal 2003 al 2011) e dell'interesse dei produttori, i piccoli che scelgono il bio per una filosofia di vita, o i grandi che badano più alle interessanti prospettive in chiave export. Il vino biologico certificato proviene da uve bio, coltivate senza sostanze chimiche di sintesi e Ogm e da una vinificazione che limita pratiche e uso di prodotti. Per il vino biologico certificato il limite di solfiti aggiunti non deve superare i 100 mg/l per i rossi ed i 150 mg/l per i bianchi e rosé. Un locale moderno, con una clientela cosmopolita e attento ai trend più cool deve avere in lista delle etichette bio: in Italia il mosaico produttivo vinicolo prevede etichette da tutte le regioni vinicole più importanti e realtà nuove, magari aziende vinicole giovani, con filosofie produttive e d'immagine diverse dal solito cliché. Vi proponiamo una piccola selezione di proposte che spaziano da Nord a Sud



LOACKER – CORTE PAVONE
BRUNELLO DI MONTALCINO DOCG

<http://www.loacker.net/it>

Caratteristiche

di colore porpora con riflessi granata. Al naso si presenta elegante, con note di cioccolato fondente, tostato, aromi di prugne, fichi secchi, more mature e un pizzico di tartufo. Al palato buona acidità, tannini morbidi, bacche mature, sentori di spezie dolci e sottile mineralità.

Abbinamenti

piatti di carne, selvaggina e formaggi stagionati.

CAMILLO DONATI
LAMBRUSCO

www.camillodonati.it

Caratteristiche

da dove lambrusco maestri è un vino corposo, con buona struttura, gradazioni alcoliche considerevoli 12% - 13% e decisamente diverso da tutti gli altri suoi colleghi. Ottimo anche da invecchiare.

Abbinamenti

accompagna bene tutta la cucina emiliana, dagli antipasti di salume, ai primi piatti ripieni o in brodo, fino ad arrivare anche a secondi impegnativi di carni rosse.



ANTICA ENOTRIA

IL SALE DELLA TERRA NERO DI TROIA IGT PUGLIA

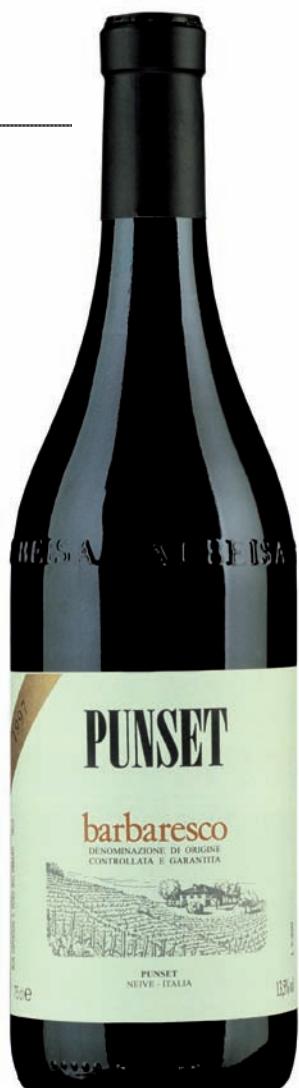
www.anticaenotria.it

Caratteristiche

colore rubino fitto, grande equilibrio ed eleganza di profumi di frutta matura, di spezie e di leggera tostatura. Al palato ha struttura potente supportata da una freschezza che ne accentua il frutto. Molto persistente, termina con una nota di vaniglia.

Abbinamenti

primi piatti con ragù, lasagne, grigliate di carne, formaggi stagionati



PUNSET

BARBARESKO DOCG

www.punset.com

Caratteristiche

caldo, vellutato, armonico, con profumi floreali e di frutti di bosco che si fondono con aromi di cioccolato e di spezie, aggraziati, delicati, suadenti. Il colore è rosso rubino granato e con gli anni assume toni leggermente aranciati.

Abbinamenti

tradizionalmente si accompagna a secondi piatti ma grazie ai suoi aromi delicati trova un giusto legame anche con risotti e primi piatti saporiti e con tutti i formaggi. Qualcuno abbozza anche un abbinamento con i dessert a base di cioccolato

IN TAVOLA



CANTINA TOLLO
TREBBIANO D'ABRUZZO BIO
www.cantinatollo.it

Caratteristiche
vino di colore giallo paglierino tenue con riflessi verdolini. Non essendo filtrato, può presentare una leggera velatura. Il profumo è fruttato, con fini note floreali e minerali, mentre il sapore è di medio corpo, delicato, sapido con retrogusto di mandorla.

Abbinamenti
ottimo come aperitivo e con tutta la cucina marinara, carni bianche e formaggi freschi.

TENUTA AGRICOLA DI LISON REFOSCO DAL PEDUNCOLATO ROSSO IGT VENETO

Caratteristiche

colore rosso rubino con riflessi violacei, profumo intenso, vinoso, tipico, che ricorda il lampone e la mora selvatica, con sapore pieno, robusto e giustamente tannico.

Abbinamenti

si abbinia con carni rosse, selvaggina in umido o saltata.



TERRE DEL GATTOPARDO LA FORZA DELL'AMORE - TERRE SICILIANE IGP

www.letteredelgattopardo.com

Caratteristiche

note di amarena e ribes profumato; al gusto sentori di pepe tostato, con un pronunciato finale di cioccolato. Un finale lungo e piacevole.

Abbinamenti

salumi piccanti, pasta con le melanzane, carni rosse alla griglia, formaggi stagionati.



EMIDIO PEPE
MONTEPULCIANO D'ABRUZZO
DOC
www.emidiopepe.com

Caratteristiche
rosso rubino di bella intensità con lievi sfumature violacee. Profumo: varietale, giovane che evoca sentori di frutta rossa fresca (cileggia...), con il quale si fondono gli aromi secondari della maturazione del vino. Gusto: asciutto, pieno, robusto, armonico, morbido e vellutato; vino di grandissima struttura e persistenza, che coniuga con equilibrio la tannicità e la morbidezza.
Emidio Pepe è noto per i vini a lunghissimo invecchiamento.

Abbinamenti
primi piatti molto strutturati, carni rosse, cacciagione, formaggi di buona stagionatura.

Dall'esperienza di **Beverage**
& GROCERY

inStore

Esperienze e prospettive del Retail

Da rivista a progetto integrato:
inStore è un sistema di comunicazione
che comprende la realizzazione
di pubblicazioni monotematiche
di approfondimento, un sito con
aggiornamenti quotidiani e una
newsletter settimanale in due
edizioni (italiano e inglese) inviata
su un Database unico in Italia
e all'estero.

instoremag.it

ISCRIVITI
SUBITO alla
NEWSLETTER



Il nuovo modo di comunicare
alla Distribuzione Moderna
in Italia e all'estero

Per informazioni: Fiera Milano Media SpA
S. S. del Sempione, 28 20017 Rho (MI)
Tel. +39 02 49976086
e-mail: pubblicita@fieramilanomedia.it



FIDO

BORMIOLI ROCCO

Hanno il sapore vintage delle conserve fatte in casa i vasi della serie Fido di Bormioli Rocco, oggi attualizzati dal tappo in vetro spruzzato nelle tonalità arancio, azzurro, rosa e verde.

Utilizzato per servire in tavola monoporzioni (dalle terrine al dessert) rende più easy il momento della degustazione e dà un tocco di originalità e di convivialità in più alla tavola.

I formati ideali per questo utilizzo sono il 12,5 – 20,0 e 50,0 cl.

<http://myhome.bormioliroccocasa.it>



Stupire in tavola

DI FABRIZIO GOMARASCA

Basta poco per dare un tocco in più alla presentazione dei cibi, perché anche la mise en place vuole la sua parte.

E allora ecco che si può optare per piatti dalle linee classiche ma contemporanee, flessibili quanto basta per le diverse occasioni, ma con qualche elemento di eccentricità o di studiata presentazione casual, come il servizio nella pentola o nel vaso per le conserve.



ICARO

BROGGI

Moderna e alternativa? O eccentrica e affascinante? Nata in collaborazione con Giugiaro Design, Icaro è una linea di posate fuori da ogni schema che sicuramente può personalizzare la tavola e caratterizzare l'identità del ristorante che la utilizza. I suoi manici fanno pensare alle ali che, secondo la mitologia greca, Icaro e suo padre Dedalo si costruirono per prendere il volo e scappare dal labirinto di Minosse. È in acciaio inox con finitura lucida.

www.broggi.it

NEW YORK

ANCÀP

New York è la linea per la tavola in porcellana d'Ancàp 100% made in Italy. La forma è studiata per associare alla funzionalità estetica, la capacità di rispondere all'esigenza di un interlocutore professionale che trova nelle porcellane d'Ancàp, oltre alle forme più adatte alle proprie esigenze, spessori strutturali progettati per resistere alle sbeccature ed agli urti, smalti ad alta resistenza per evitare segni e graffi da contatto con altri oggetti, una tenuta termica superiore. Gli spessori calibrati consentono di mantenere a lungo il calore dei cibi.

www.ancap.it



AFFINITY

VILLEROY & BOCH

Forma chiara e tanti dettagli originali conferiscono alla linea Affinity una personalità contraddistinta da una sottile eleganza. Affinity – distribuita in Italia da Broggi - è la linea in porcellana con cui lo chef può esprimere al massimo la sua personalità e farla notare ai suoi ospiti. È impilabile, poco ingombrante, resistente a tutto e con un prezzo concorrenziale. È versatile e funzionale: infatti con Affinity si possono combinare ben 70 articoli diversi mettendo in scena mondi culinari sempre nuovi. Può essere la base ideale per ogni occasione, per ogni luogo, dal business hotel alla caffetteria e al bar di tendenza, dalla colazione alla cena, dal piccolo tavolo al catering.

pro.villeroy-boch.com/it

SERVINTAVOLA

BALLARINI PROFESSIONALE

La collezione Servintavola ha l'obiettivo di dare ai piatti la giusta presentazione e impreziosire la tavola con stile e creatività.

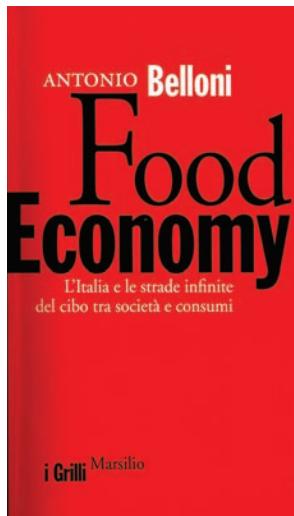
Manici e forme riprendono gli stili in voga negli anni Venti e Cinquanta coniugando l'emozione dei commensali per delle icone delle cucine di un tempo con i materiali che più di altri esaltano una cucina ricercata.

Quattro dunque i materiali messi a disposizione dei cuochi: alluminio, alluminio antiaderente, rame/alluminio e ferro ognuno dei quali declinato in quattro forme: padella, tegame, casseruola e casseruola con manico.

www.ballariniprofessionale.it



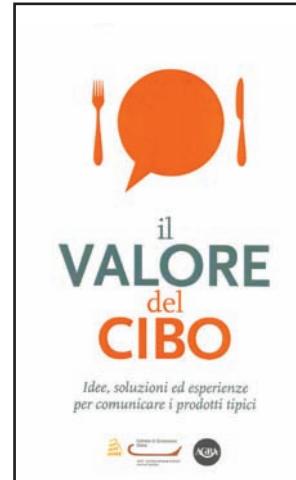
Quando il cibo è anche conoscenza



FOOD ECONOMY di Antonio Belloni
Marsilio
€ 13,00
www.marsilioeditori.it

Il sottotitolo di quest'opera di Antonio Belloni, collaboratore del Foglio, di Milano Finanza, de Linkiesta, è "L'Italia e le strade infinite del cibo tra società e consumi" a identificare e circoscrivere il tema di cui si occupa. Tema cruciale per l'economia italiana, soprattutto alla vigilia di un evento così atteso come Expo Milano 2015 che suscita tante aspettative. Il cibo è dunque centrale nella vita delle persone e della nostra società. Ma il punto di vista è originale e prende spunto da una domanda che molti si fanno. Quali sono le ragioni per cui oggi il cibo è fotografato, idolatrato, esibito, narrato? E perché, se in Italia non ne aumenta il consumo, la sua presenza in tv, sui giornali, sul web è invece così ingombrante? La risposta è nelle prime righe dell'introduzione. Scrive Belloni: "Uno degli ingredienti di questo libro è l'informazione". Divenuto il messaggio di tante forme di comunicazione, il cibo è visto come lo strumento con cui rivendicare la propria identità individuale, territoriale e religiosa. Dà sfogo alla creatività e risponde a criteri estetici. Allo stesso modo, il consumatore non è più solo una «macchina metabolica»: prima che il cibo giunga nel suo piatto pretende di conoscerne valori nutrizionali, origine e salubrità. Un pacchetto di dati che hanno un valore crescente e

costituiscono una grande fetta di business per chi lo produce, trasforma e distribuisce, ma soprattutto per chi lo racconta e lo porta quotidianamente nelle nostre case. Accanto a questa evoluzione recente, si rafforzano successi economici e contaminazioni del cibo con altri settori, come la moda e il turismo. Un mix di elementi che, sotto la patina glamour della Food Society - dove il cibo è tendenza e linguaggio, e gli chef sono i nuovi guru di una religione alimentare - muove un flusso globale di scambi che genera ricchezza. È la guerra della Food Economy, raccontata in questo libro, che si fa sempre più serrata, a colpi di brand, certificazioni e marchi d'origine. E così saper cucinare e avere da parte qualche risparmio non è più sufficiente per fare ristorazione, così come per allevare maiali serve procurarsi molto più che capannoni e mangime. "Gli ingredienti che non possono mancare sono oggi il saper raccontare della comunicazione, del marketing e dei brand, il saper vendere dell'internazionalizzazione e della ricerca di investitori, così come il saper innovare delle tecnologie e dei processi produttivi. È il sapere - scrive Belloni - l'elemento di maggiore valore ed è per questo che la Food Economy non è più soltanto cibo".



IL VALORE DEL CIBO
a cura di Valentina Canali ARM
- Agra Editrice, €
15,00
www.agraeditrice.com

Oggi l'efficacia di una campagna pubblicitaria, di un messaggio promozionale o di uno spot non sta più (o comunque non solo) nell'investimento economico ma risiede nella capacità di intercettare e comprendere i bisogni e i pensieri dei consumatori, ancora prima che vengano espressi. Se è vero che il marketing funziona meglio quando non tenta di vendere a tutti i costi, allora diventa fondamentale capire di che cosa si può parlare con i propri potenziali clienti per guadagnare stima, fiducia, insomma credibilità e come farlo in modo da suscitare interesse e curiosità. Il volume è una raccolta ragionata di interventi di narratori del gusto ognuno dei quali contribuisce per la specializzazione e l'esperienza che gli sono proprie a costruire una trama di "idee, soluzioni ed esperienze per comunicare i prodotti tipici".

Qualitaly

MAGAZINE



AT PAGE 1

Efficiency and Effectiveness

by Mauro Guernieri

Last year ended with a series of measures that have positive reflexes want, want critics dining in the activity. We refer to the obligation of the cap "antrabbocco" on bottles of virgin and extra virgin olive oil to be put on the table, the raising of the exemption for food stamps and the obligation to indicate allergens in menu. To them we dedicate our first floor from which emerges as a very positive measure, are flanked by two most criticized by associations representing foodservice operators, because weigh down the daily work of a class already severely shaken by the crisis of recent years. But the food cannot stop. Indeed, precisely because it is, as many service activities, the outpost closer to the consumer, must play all the cards available in terms of efficiency and effectiveness.

We in this issue we want to point out some, such as frozen vegetables. Long since cleared the food culture of the consumer today are a key resource in

the pantry of the restaurant for at least two reasons: the first that reduce up to 60% waste due to the cleaning of vegetables. The second is that they are an ingredient to be used as needed, even in case of sudden demand and as such are also helpful to chefs and restaurateurs; as long as they are well preserved and that the cold chain is not interrupted.

But the improvement in efficiency is achieved thanks to technology, to which we devote two interventions. The first reports news that sees us as Cooperative Italian Catering protagonist's pioneers in the field: an app for the reorganization of products by Smartphone. It is a major step forward to establish a close relationship between supplier and customer that breaks down barriers, but reduces errors, misunderstandings, timing. The second operation is instead related to the reservation system from app always, always with your smartphone or web, the point of arrival is the integration with the Pos and management systems of the room. Everything with the real architect of the change of our time: the smartphone.

As usual, to close a roundup of wines, this time bio, and some suggestions on how to decorate the table.

AT PAGE 3

Expo is an extraordinary occasion. We also do think about the consequences

by Italo Nebiolo, president of CIC

Mixed signals, the ones that come from the economy. All the important observers will spend in stating that the optimism about the end of the crisis begins to be supported by the numbers and by a favorable trend. It is not my job to go into detail. It is not even a matter of debate whether the GDP will increase by a few decimal more or less. But there seem to be all conditions. At least for now: The halving of oil prices, the increase in disposable income, exports growing. So the car is in motion again. Even if ... Although, remember, consumption arrears of ten years and the growth of Italy, compared to Europe, has always been a step back. We should consider that unemployment does not mention to retreat significantly. Although the gap between the Centre-North and



the South is increasingly evident: the GDP of the latter is almost half of the richest part of the country. With that it implies. And "even if" you could draw up a long list. And the sky on the horizon is not so clear of clouds. Just have a look at situation in Ukraine for example. Economists, who blunders in recent years have taken, you behind the unpredictability of the situation: "Who would have imagined three years ago that the price of oil would be halved?" Say

However a little 'confidence does not hurt. That's also because we are on the eve of an extraordinary event such as Expo, which is remarkable because it comes once every 150 years. And extraordinary because for six months in Milan will focus the attention of much of the world. The numbers, as you all know, are bombastic. 20 million visitors expected. There are great expectations by operators hospitality, which have a great opportunity not only to immediate business (but be careful not to make money on the event) but all together to become ambassadors of the food and Italian style. Here, I think this is the great distinction of Expo: the fact that they all work together to consolidate and enhance the best that can offer Italy. It is an investment in the future; we need so much objectively, after years in which we have been turned in upon ourselves without fail and be able to watch over the door of our house. Will need all the energy to be able to present the best occasion of the six-month Expo, but also to build after the Expo, starting from the use of the exhibition area, ending with the follow up to the contacts that inevitably you will from May to October. If Expo will give us, as companies operating in the hospitality, the opportunity to "do", it's up to us the ability to not miss out and build for the future.

AT PAGE 6

News

Economy and consumption: signs of recovery

The barometer of the Italian economy is an improvement. During the conference organized by Consumi2015 Tuttofood, world food exhibition of Fiera Milano

(3-6 May), Fedele De Novellis, chief economist at ref.Ricerche, states that "perhaps we can not yet say that we have moved on pretty stable but at least you will stop this year and next the long series of negative indicators that have marked the last long crisis. But only notable exception, unemployment will remain high."

According ref.Ricerche gross domestic product will increase by 0.7% in 2015 and 1.1% in 2016, supported by a recovery in consumption. Exports further enhance their excellent performance and imports will grow driven by the revival without undermining the balance of trade, which will remain positive and high (around 70 billion) thanks to the decline in oil prices. The constraint of the 3% of GDP deficit in the relationship will be respected and inflation will be zeroing this year and 0.7% in 2016. The convergence of systemic factors

favorable recently emerged, the weakening of the euro to the collapse in oil prices, from relaxing fiscal convergence to the quantitative easing of the European Central Bank), thus seem to have created a more favorable environment, contributing exit from the tunnel in different ways: the descent of oil has a significant impact on an economy of processing; the favorable euro-dollar, with the US recovery, is one of the key drivers of exports; the easing of the European Central Bank facilitates credit and lowers production costs.

Is it all right then? Up to a certain point. In this positive picture - warns ref.Ricerche - no shortage risks. Two particularly significant is the fall in inflation expectations and the possible VAT increase, according to the safeguard clause already provided as part of the descent of the deficit / GDP ratio, according to the rules imposed by the European public finance. If the Iva



suffer increases, the impact would be negative for consumer demand and especially for food consumption.

CIC delegation visiting from Bellini Carni

Visits to suppliers organized by Cooperativa Italian Catering are again open. The purpose of these visits is to make known to the members of the production realities of suppliers to improve the process from order to delivery, limiting the critical issues and raising the level of service expected. In the two photographs: a time of the visit and the group of participants to visit Bellini Carni (center the holder).

AT PAGE 7

News

The lunch break is healthy

According the survey conducted by the Food Barometer 2014 in 7 European countries (Belgium, France, Italy, Czech Republic, Slovakia, Spain and Sweden), it appears that every day at least 70% of European workers is the lunch break being careful to nutritional quality of the offer, important for 76% of customers. Among these is the strong appreciation of the food in season and locally produced essential in choosing the local where to go for the 67% of respondents, who are also seeking variety (74%) and restaurants and bars close to the office (76%).

The demand for a balanced diet is still confirmed by restaurateurs who last year showed an increase in the demand for healthy foods by 25%. Even nutritional data are increasingly the focus of interest of customers. The request for information about is in fact grown in 2014 by 21%, compared to 14% last year. And Italy? More than a restaurateur in two (compared to the European average of 34.8%) said that in his club there is a good knowledge of the rules of healthy eating. Instead, what remains to be improved, according to their eye inflexible, are smaller portions, that we are only required from 2.9% of the customers, compared to a European average of four times larger. The Food Barometer is a public-private

consortium coordinated by Edenred born in 2009 with the objective to promote the principles of a healthy and balanced diet.

News

Top Food Expoerience, new collective brand for the EXPO

Agugiaro & Figna, with its exclusive line of flour for pizza 5 Seasons, Coppini Arte Olearia, for over 65 years expression of culture of extra virgin olive oil in the world, Casale with its fine Italian delicatessen and Steriltom, specializing in the production of tomato pulp for the foodservice and industrial, are leading Top Food Experience, a network that aims to enhance the quality of national production and to counter the growing phenomenon of counterfeiting of Made in Italy, particularly in view of an event of global significance as Expo Milano 2015.

Top Food Expoerience is a brand that embodies the experience of these four leading companies in the food industry, the history of an area food valley heart of Emilia and the value of products that stand for quality and uniqueness, with the aim of protecting an international recognizability and excellence. The brand wants to also transfer to the

market the added value that comes from the aggregation of a panel of qualified Italian producers of food and wine sector that makes his own chain flag of eating well and healthy in Italy and worldwide.

Top Food Expoerience will be officially presented at Expo 2015 pavilion in Italy, in a four-day event, May 24 to 28, which will be attended by all national and international partners to Agugiaro & Figna, Coppini Arte Olearia, Casale and Steriltom promoters of this enterprise network that aims to involve other important companies in the sector.

"We come to Expo with an experiential path to experience and get to know the professionalism and the value that arise from the interplay of some of the most important companies in the Italian agricultural sector," said Riccardo Agugiaro, Export Manager of Agugiaro & Figna.

AT PAGE 8

General Fruit and Nice Fruit: frozen fruit equal to the fresh one

Frozen fruit that behaves like that fresh and keeps intact flavor and properties for three years. This is the revolution accomplished by the Catalan company



Nice Fruit.

What has always prevented propose fruits like oranges, strawberries, kiwi, pears below zero is the fact that during the return phase at room temperature for the consumption of the products release liquids, flakes, and the texture and flavor disappear.

The project started about ten years ago, but it is in 2010 that a study conducted by the Polytechnic University of Catalonia, discovers and develops a new freezing process specific to the fresh fruit that, without additives or preservatives other chemical products, allows the fruit itself to maintain unchanged all their organoleptic properties, even after the treatment of freezing and thawing of the next one. The advantages of this technological revolution are different. At the macro level, the fruit is harvested when it reaches 85-90% of maturation, where today is harvested at 50-55% of the level of maturity before being initiated through the supply chain. The fruit is harvested daily and processed by Nice Fruit within 18 hours, making it a product with a quality and a unique flavor. The fact that the products so treated hard three years avoids waste and destruction of fresh fruit. Finally, even the end-users (for the moment the horeca and foodservice trade) have available fruit always ready in the optimum condition for consumption. Distributor for Italy is General Fruit, which since 1988 produces juice concentrates for making beverages, syrups for soft drinks and ices, prepared for cocktails and topping for sauces, desserts and ice cream.

The sweetness of Gorgonzola

In the last issue of Qualitaly Magazine we incurred in an oversight in the box published on page 28 titled Two brands for two uses, reversing the characteristics of the days of ripening of gorgonzola Tavola Viva and Qualitaly. We republish the full text in the correct version, apologizing for the inadvertent error.

There are two types of Gorgonzola dop in the portfolio of brand products of the Cooperative Italian Catering, selected considering the different needs of the areas of Italy. Ce explains them Nicoletta Bassi of the company that produces them both. "The product branded Table

Viva is a Gorgonzola dop drier and the price more aggressively, with 55-60 days of ripening, while the branded Qualitaly, with 65-75 days of ripening and suitable for table service restaurants and a medium high, is soft and creamy. The product Tavola Viva is suitable for fast consumption for pizzerias, eateries and bars that use it for sandwiches, wraps and pizzas, situations in which the cheese has to be easy to manage the cut "

AT PAGE 09

News

Pasto Buono in 2014 has distributed 200,000 meals

According to QUI Foundation, the non-profit organization of QUI! Group, active in socio-humanitarian and food aid to the needy in the initiative Pasto Buono, seeks recovery of healthy food and unsold in the restaurant industry, the figures are more difficult to develop concern just wastage of small commercial food (restaurants, bars, delis, cafeterias, etc.), which still stood at an average of 100 kg annual per activity.

Every day the volunteers of the non-profit organization, Caritas and local associations with which it collaborates Pasto Buono, withdraw the unsold food at restaurants, cafeterias, bakeries, bars, eateries and other food stores, transforming these wastes into resources for those who most need.

Pasto Buono in 2014 has recovered and donated nearly 200 thousand meals, which are in addition to 500 thousand meals donated in recent years. But there's more: it is estimated that if all public venues (350 000 in Italy) donate end of the day the food unsold, with an average of 22 unsold meals a day (including self-service, delis and bars), you may distribute more than 7 million meals daily.

Active in Genoa, Rome, Palermo, Cagliari, Florence, Pasto Buono starts by March in Milan and by the year in Bari, Trieste and Olbia.

"An initiative like Pasto Buono - explains Gregory Fogliani, President of Qui! Foundation -represents a simple action and at no cost to put into practice immediately, throughout Italy. With Pasto Buono we finally gave a concrete

answer to the problem of food waste in catering and will continue to act in the territories, working with non-profit and volunteer associations, to ensure that these wastes can result in resources." But the potential of the project are significant when you consider that the Foundation can involve a very wide network of more than 120 000 catering establishments, which is in contact with the group linked to the foundation.

AT PAGE 10

Milanese by vocation

Bars and cold tables of Milan are reference customers of Alimentari Zoratti

Milan is the symbolic place of Alimentari Zoratti, which 30 years ago has chosen Milan as its home and even today, despite several removals to adapt to the evolution of its activity, continues to choose to stay in the city, in contrast to other operators. On the other hand there are all Milanese bars and cold tables served by the company, which since 2002 has made its entry in CIC. "We operate in the city for the city - says owner Ivano Zoratti - although with the advent of the Area C we had to support the extra cost of access to the center, which is not negligible."

Unlike the majority of member companies of Italian Cooperative Catering, Alimentari Zoratti has chosen to specialize in the channel bar, sandwich and cold tables. "It was a choice of organizational and structural. All our delivery people are direct





employees of the company, selected and trained to provide optimal service to the customers, or fast, accurate and reliable" says. The selection of Alimentari Zoratti ranging from meats to canned, from sauces to frost and also includes the non-food.

Waiting for EXPO

A few months after the start of the event, there is great expectation from the company. "If only 5 million people arrived in Milan - says Zoratti - against the 20 expected by the organizers, it would mean a significant increase in work for us. We just have to see what happens in the days of the Salone del Mobile. Even now we are planning to take advantage of the opportunities offered by this event."

Ivano Zoratti, company owner
FOOD Zoratti S.r.l.
Via Modica, 3
20143 MILANO
Tel. / Fax 02.89124195
e.mail: info@alimentarizoratti.it
www.alimentari zoratti.it
Served area: Milan
Number of employees: 15



AT PAGE 12

Cheese Specialists

The dairy products, particularly those typical from Valtellina, are the highlight of the offer of Maggengo Valtellina.

It can certainly be said to be unusual path followed by Maggengo Valtellina, a company founded in 1972 in the province of Sondrio, as is easily guessed from the name. In that year Antonio Gusman, who still runs the company with his sons, he decided to radically change life, abandoning the work on a farm with dairy production to go into business on cheese, who knew. The next step was to detect a grocery store - still operational - where, in addition to the sale of local products, is dedicated to the maturation of some types of cheese. The second took place in 2000, with the arrival of the second generation. Began in that year, the activities of wholesalers of cheese.

With the entry into CIC (in 2006) a new phase begins - the third - for Maggengo Valtellina, which began to serve the channel catering. While remaining true to its specialization in dairy and typical products of Valtellina, can count on the experience of CIC in the selection of products allowed the company to offer to restaurateurs as a supplier for a full range of food and non. "The entry in CIC - tells Antonio Gusman company administrator - was not only important because it allowed us to extend our business, but because it offers us the opportunity to debate with our colleagues with different specializations and from other areas of Italy. That's why we never miss the opportunities to meet."

Currently Maggengo Valtellina serves

restaurants in Valtellina and in the area of Upper Lake Como (Como side), while the activity of wholesaler of cheese goes up to the province north of Milan. "Apart from Sondrio - continues - which is for us the most important, we work continuously throughout the year, in Valtellina the intensity of our activities follows the trend of tourism; two peaks, which have different characteristics.

The summer is a little 'longer, especially with regard to the area of the lake, where, if time remains good, the season extends until autumn."

A streamlined, with a strong presence of the family in all functions keys, offers Maggengo Valtellina sufficient flexibility to better manage periods longer and less intense.

Deliveries? Just by private.

The guests of the restaurant cannot be simple to treat. You have to be flexible to adapt to the needs of the chefs. For this reason Maggengo Valtellina prefer independently manage the phase of delivery, which is easier when it establishes a personal relationship and continuing with the attendant. "The technology - explains Gusman - helps in orders, which is done via tablet and sent directly to the warehouse. This allowed us to shorten delivery times and simplify the administrative and commercial management."

Maggengo VALTELLINA S.R.L
Via Rosette 2 / A
23012 Castione Andevenno
Tel. 0342 56.76.30
Fax. 0342 56.78.75
e-mail: info@maggengo.it
www.maggengo.it
Served area: Valtellina, High Lake Como
Employees: 9

AT PAGE 20

Frozen vegetables, quality and practicality subzero.

Always available, with qualitative constant characteristics, they can be used without waste according to the production needs. Those are just some of the valuable characteristics of frozen vegetables valuable to a professional

By Mariella Boni

If the fresh product is indispensable for a cook, by contrast also that has many issues: the need for a constant supply, operations of selection and cleaning, which lead to an inevitable waste and loss in weight of the raw material, not to mention the time needed for perform all the preliminary preparation.

ASPECTS OF DATE, for those who choose to opt for a product frost. Explains Luca Cerati, director of foodservice Bonduelle: "In addition to the constant availability and uniformity of product, a crucial aspect in favor of frozen vegetable product we think is the ready solution to every need in the kitchen. Within the category of frozen you must still make distinctions between quality product, with certain characteristics and features, and products more price-oriented. In recent years we have worked a lot of Bonduelle alongside professionals away from home know the needs within their processes cuisine to offer an assortment that responds to their every need." "The cook knows he can not give up the fresh - highlights Daniel Lambertini, commercial director of foodservice Orogel - and for that appreciates more and more frozen products. Why? The cook knows that it is first of all fresh products that maintain unchanged the salient features of the product and the freshness within hours of collection thanks to the only natural preservative used: the cold. Frozen foods also allow an important reduction of food waste, as they are free of waste and with a retention period of quite large, which allows an easier use of the product. Frozen foods are practical, immediately usable because it already cleaned and washed: important features from the point of view of energy saving, the

contraction of time for preparation and cooking. It should be emphasized also that the fresh frozen are available throughout the year: in the case of plants specifically, the products are harvested at the right degree of ripeness and in perfect season, but then be used, ensuring maximum versatility, in any time. Not to mention that the selling price is constant regardless of the period or the availability of the market, allowing you to plan and accurately quantify the costs during the year." Even Marta Rondoni, Italian sales director of Pinguin, emphasizes: "The frozen food, especially of vegetables, has several advantageous aspects both in terms of quality and practical. Frozen vegetables are transported, washed, processed and frozen within hours of harvest and this allows to best preserve the nutrients of the product and to ensure a stable product: at any time of the year you can use the same product in terms of taste, color, texture and yield. Collections are made at certain times of the year, the best ones for each individual product, which can then be consumed throughout the year, especially when fresh produce is not available."

ONLY FROZEN, ZERO PRESERVATIVES. It is good to emphasize something; you need to debunk false opinions that sometimes it has against the frozen food in general. It is a product without preservatives: it is only the cold to act on their long shelf life. To explain briefly the main steps of the process is just Marta Rondoni: "The fresh product arrives at our factories and is first of all verified by a careful quality control, which ensures all the chemical and physical characteristics, discarding the non-conforming product; is then washed and centrifuged mechanically, after which it is subjected to various mechanical and manual controls to identify and eliminate any foreign bodies (with metal detector and machines with scanner able to select for texture and color). Subsequently, depending on the product, there may be additional processing steps (cutting, portioning, realization of the mix of different vegetables). Then comes the "blanching" or a blanched product and finally freezing."

"In Bonduelle - specifies in turn Cerati - for all types of vegetables there is a different process which shall include the characteristics of the raw material and the desire to get a certain product. In our factories the product is harvested in





season and processed within 24 hours. Then enters the production cycle, which includes: calibration, a series of washes, the process of blanching and subsequently a real steaming. The final stage is the freezing and storage. Today we can boast establishments who only work on a particular technology product, for example we have a factory in Portugal can produce only grilled vegetables, with a very high level of expertise in both agronomic and industrial."

WASTE RESET. An important paper that the frozen vegetable plays in professional kitchens is the absence gap, which as is well known in the fresh product always plays a significant role in the final calculation of the food cost. Lambertini says: "One of the most obvious plus of frozen vegetables is that they are already washed, clean and ready to use, so anything that you buy can be consumed. Not enough. Usable at any time, the frozen vegetables are also a great product to "rescue": in the case of restaurants, for example, the arrival of an unexpected number of customers can be tackled without problems if you keep some stock of packaging frozen in freezer. It is also important to remember that in recent years, research and innovation in this field have improved exponentially the yield and the service content of the products. In a mix of frozen today are found, for example, products blanched and processed by methods very different, think of the presence in the same packaging of cereals and vegetables, which once found in the kitchen have a perfect yield."

The constant refinement of production techniques, which involved all the major players in this market: "For some years - confirms Cerati from Bonduelle - propose to the market a range of products precooked steam and subsequently frozen products" Minute "that do not have a drop weight since then the cooking process has already happened in our factory ensuring speed only in preparation and optimal performance of the product."

For its part, Marta Rondoni on this delicate aspect specifies: "The frozen vegetables are very stable and therefore not subject to any weight loss and having already been deprived of processing waste are in all respects ready for use. Also a process with high added value such as the blanching allows us to offer a product that inhibits the enzyme system, is stable both in terms of nutritional and



organoleptic, limits the oxidation and preserve the intrinsic qualities of the product."

TREND AND NEWS. Also important to find out how companies adapt to new consumption trends and nourish the new demands of restaurateurs. Bonduelle to say: "The offer in recent years has significantly differentiated giving rise to the development of new categories, for example, we were the first to market Italian technology" millefeuille "on leafy vegetables. Today the winning recipe is to offer solutions to the needs of professionals, is no longer enough to sell the product, but in responding to our customers' demanding users."

Ms Rondoni for Penguin noted that: "The eating out undoubtedly prefers the classic "monovegetables": spinach, green beans, broccoli, to name a few; is emerging, however, the demand for more sophisticated products such as ethnic mix of vegetables or "Express" where the most important added value is the substantial elimination of the cooking time, which results in savings of time and money."

Orogel is not far behind, thanks to a team chef dedicated to research and development: "We have worked at least 50 exclusive products in recent years - said Lambertini - that have become in a short time as the top seller Couscous vegetarian, but the artichokes sliced even the cabbage, endive and many other references that have been a good

success. There are lots of news in the pipeline, including the latest additions to remember the soy meatballs with vegetables, breaded eggplant into rounds, the green beans to Paesana, vegetable purees. I should note, among the most important features of the pack products Orogel Food Service, the map printed in the back of the envelope, which lets you know which country that Italian products arrive, flanked by a QR code, which when scanned accesses a world of information, trivia and recipes related to the reference, directly from our website. Additionally, we have equipped the organic line of an exclusive pack compostable, in line with the green philosophy that has always Orogel."

Good to know

Icing

A coating of ice covering the frozen foodstuff and constitutes a sort of protective film for the food itself.

Iqf

Individually quick frozen, in other words freezing "piece by piece" of foods, which are separated in the package and can be used in a calibrated manner, avoiding waste

Tmc

Maximum period of preservation, in which the product retains intact its nutritional and organoleptic qualities Additives, preservatives, colorings Are not permitted by law in frozen

Blanching

Or whiteness, the heat treatment in boiling water or steam to which the plants are subjected immediately before being frozen

The difference in processing fresh vegetables

Here below, the percentage of waste that must be taken into consideration in the use of fresh vegetables

Product% of the approximate difference in preparation

Asparagus	30
Artichokes	60
Carrots	10
Cauliflower	30
Potatoes	15
Pumpkin	20

AT PAGE 22

Timbale of eggplant and barley with vegetables, fresh tomato and basil

Cook Author: Omar Viero - Schio (Vicenza)

Ingredients for 4 people: g. 100 Pearl barley; n. 1 Carrot; n. 1 Celery; n. 1 leek; n. 1 zucchini; n. 1 yellow pepper; n. 1 red pepper; n. 10 Grilled eggplant; n. 4 ripe tomatoes auburn; n. 10 basil leaves;

salt; pepper; Extra virgin olive oil; n. 4 slices of Parma Ham.

Proceedings

Blanch the pearl barley in cold salted water and flavored with leek and celery. Drain and cool. Clean the vegetables, cut into cubes and cook in a pan with olive oil, salt and pepper. Add a handful of Parmesan cheese. Bring to room temperature eggplant, drizzle with extra virgin olive oil, salt, parsley, minced garlic; line a mold with a diameter of eight centimeters, inside add the barley and vegetables, close with a slice of grilled eggplant.

Remove the skin and seeds of tomatoes, put the pulp into a container with extra virgin olive oil, salt, pepper and basil leaves; whisk to make the mixture as a cream. Pour the tomato on the plate, the pie in the center slightly warmed in the oven top and a slice of Parma ham dried in the oven at 150 ° C for ten minutes. Garnish with basil leaves

AT PAGE 25

Vegetable rainbow Cocotte poached in wine and triumph of pecorino canestrato cheese

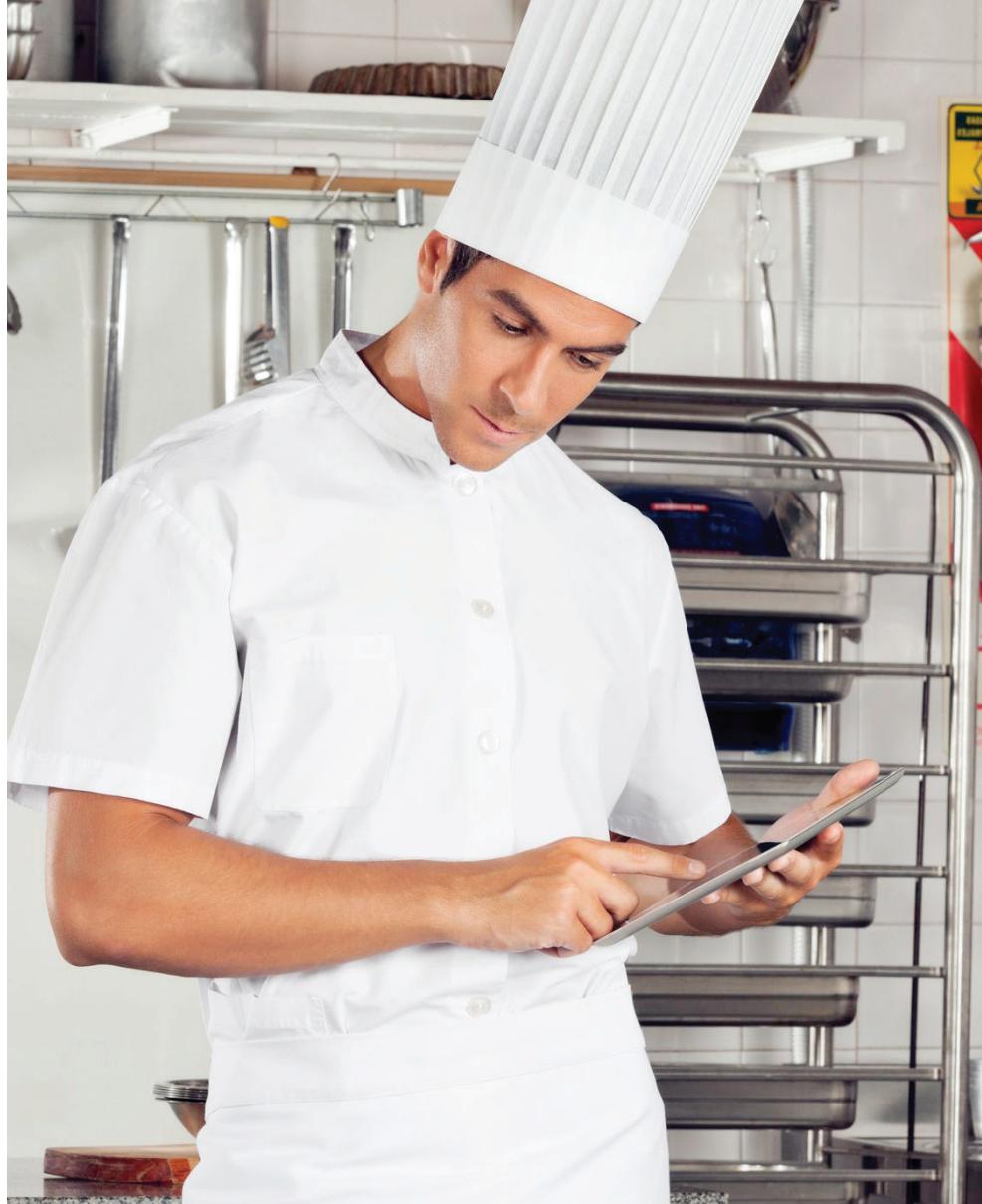
Cook Author: Carmelo Dalfino - Palermo

Ingredients for 4 people: g. 800 Frozen mixed vegetables; g. 160 Pecorino canestrato; n. 1 Glass of wine Inzolia; n. 1/2 glass of vegetable broth; g. 20 Anchovies clean; n. 1 clove of garlic; n. 2 sage leaves; Extra virgin olive oil; salt; White pepper; g. 20 toasted pine nuts; g. 20 sultana raisins.

Proceedings

Blanching the garlic, sauté together the anchovies, add vegetables rainbow and brown. Remove the garlic, salt and pepper. Add wine Inzolia, add sage and half a cup of vegetable broth. Bake for about fifteen minutes on low heat. In a small frying pan toast the pine nuts and raisins. Cut bricks pecorino cheese, and then put the vegetables in ceramic cocotte and browning slightly in the oven.

Garnish with fresh sage leaves.



AT PAGE 26

Suppliers through a comfortable click

It's called Sales Force Automation and born under the sign of mobility. It is a simple, convenient and always available to place orders with sixteen companies of the Cooperative Italian Catering

By Fabrizio Gomarasca

What is the instrument that identifies our time and is intended to be more and more pervasive in the coming years? The answer can only be one: the smartphone. You use it to play games, to take photographs, to shop, to inform and be informed, to chat and to be connected with your friends and followers, to make judgments and to have shown. But also on the professional front smartphone is gradually replacing devices that only

a few years ago were the up to date technology. To handhelds to take the orders in the hall are gradually replacing smartphones. Even Pos are replaced by small pocket device. And now even orders to suppliers are made with your smartphone. At least to a group of companies of the Cooperative Italian Catering who have shared experiences and systems and have joined the project of Sales force mobility.

THIS IS AN APPLICATION allowing chefs and restaurateurs, bartenders, pastry chefs, food & beverage manager of the hotel to send orders directly from the smartphone to the supplier. Not only. They can also see your purchase history, promotions, the assortment available. In short, a system that directly connects the customer to the supplier, very useful in case of reorganization or emergency orders, without error, unequivocally and without misunderstanding, caused, perhaps by the rush.

Why would a group of companies of Italian Catering Co decide to adopt a

shared instrument of this type? What are the benefits? And what answers does the market need?

We posed these questions to Roberto Zanobi, owner of Formasal of Viterbo and project manager of Sales force mobility.

"Adopting this system - explains Zanobi - means for us to be able to innovate and offer ourselves as modern businesses and evolving into a business in which connection and speed are increasingly important.

It is a solution available to all members of the Cooperative Italian Catering, which adopt the same management system Ergdis." For now it is a group of 16 companies (v. Box) present a bit 'anywhere on the national territory who, objectively, an important step: share knowledge, to pool ideas to grow together. Without considering the advantage resulting from the sharing of costs, which makes it very convenient for the adoption application.

A STEP AHEAD. Anyway, it is undeniable that it is a leap ahead of the Cooperative Italian Catering also in terms of future vision. It is anticipated a second step: the unification of the information system (with the ability to make customizations) of companies participating in the project and also the head office in order to obtain the greatest benefits in terms of efficiency. "This program - continues Zanobi - stems from the need to equip our customers a simple, convenient and always available to place orders and be in constant contact with our companies. We have endeavored to create an App on smartphones that allows the purchasing manager of a hotel rather than the owner of a local chef at a restaurant or place an order, about an offer, check your statement without connecting with a pc to our websites, but simply from his mobile phone, at any time and place, breaking down the barriers that affect and restrict the use of electronic commerce in our profession."

There are three key points of the application Sales Force Mobility: the advantage of being first in this field; customer loyalty, which does not alter the personal relationship with the sales force that can take care of interacting in Matiera of product choices and programming of new entries and the opportunities they provide with the necessary calm, leaving the shuffle directly into the hands of customer and,

third, put him at ease and make them feel at home.

Just the customer is unknown. "I expect a very positive response from our customers - argues Zanobi - and I believe that the success of the app will depend above all by the simplicity of its use. For this reason we have focused on a simple, intuitive interface that allows our customers use a fast and clear. It will be very important in any case follow the dissemination and use by making changes to the program if necessary."

The sixteen creators of the app

Here is the list of companies associated with the Italian Cooperative Catering, who created the app to Sales force mobility.

Agenzia Lombarda, Novate Milanese (Mi)
 Fattorini, Fano (Pu)
 Formasal, Viterbo
 GF1, Avenza (Ms)
 GF2, Levanto (Sp)
 Il Pascolo Verde, Carini (Pa)
 Maggengio Valtellina, Castione Andevenno (So)
 Markal, Buggiano (Pt)
 Nicolas, Susa (To)
 Ristogamma, Rubiera (Re)
 Santanna, S. Quirico (Pn)
 Siquir, Capriccio Di Vigonza (Pd)
 Spe.Al, Medolago (Bg)
 Speca Alimentari, Baveno (Vb)
 Tre Esse, Bibione (Ve)
 Unigroup, Melilli (Sr)

AT PAGE 28

Grilled vegetables frozen

Are frozen one by one, according to the technology IQF (Individual quick freezing, ie rapid freezing individual) grilled vegetables line Frost Qualitaly. There are four products that are used in appetizers and especially in pizzeria.

RAW MATERIAL: the variety of vegetables is controlled, free from damage or defects caused by insects, diseases or other

PRODUCTION PROCESS: Washing, sorting, cutting, cooking, sorting, freezing, packaging

CHARACTERISTICS:

Peppers pitched - yellow and red. Good flavor, characteristic of the product. It has a sweet taste, no aftertaste abnormal.

Eggplant Slices - Color from beige to bru with signs of grilling. Good flavor, characteristic of the product. It has a sweet taste, no aftertaste abnormal.

Whole peppers - yellow and red. Good flavor, characteristic of the product. It has a sweet taste, no aftertaste abnormal.

Sliced zucchini -

Color from yellow-green to brown with signs of grilling. Good flavor, characteristic of the product.

TIME LIFE: 30 months

PACKAGING: 1 kg bags in cartons of 5 kg

AT PAGE 30

When the risk runs into the kitchen

The kitchen is a place full of dangers to the health of the operators. With the proper training and steps during the design and work many are preventable.

By Elena Consonni

Love the risk? Then make the chef! According to data Inail, in fact, the cooks are among the categories of workers most affected by accidents in the workplace. Inail estimates that on average in the catering sector-hotels occur approximately 33,500 accidents every year, a third of which takes place in restaurants. The job with the highest incidence of injury is that of chefs representing 22% of the total. That would include follow waiters (21%), attendants (13%), bartenders (7%) and caterers / pizza (4%). The categories of employees most at risk are foreign workers, young people and new employees, the adventurous; workers aged over 65 and women.

BUT WHAT'S SO DANGEROUS in the kitchen? The environment itself, for a start! Slips, trips and falls are the most common cause of injury in the local cuisine. Events preventable with proper lighting, non-slip floors and walkways





clear of obstructions. The staff, for its part, must wear appropriate footwear, always close the doors, dry immediately spilled liquid on the floor and avoid rushing. Fall into the categories of environmental risk exposure even at high temperatures (can cause symptoms ranging from rashes and symptoms of fainting, to collapse and shock and heat cramps) and excessive noise, which in the long run causes deafness. Another possible source of risk is the manual handling of loads, which can lead to musculoskeletal disorders. To prevent them, in the kitchen, you should exercise caution when lifting pots, pans, baskets of dishwashers or commodities, with assistance when the load is too heavy.

Knives and other equipment (also electrical) edges are another enemy of the health of chefs and aid. With some changes, though, the cuts can be prevented: the knives are kept in good condition, stored in a knife and washed separately from other dishes. To cut, you have to use a cutting board and slip during cleaning or replacement of appliances sharp blades cut resistant gloves should be worn.

AN ENVIRONMENT THAT HOT! In the kitchen you can avoid having to do with fluids, products and equipment at high temperature, but some behaviors can help reduce the risk burns. For example, use a tray or basket to carry tools, hot, keep the handles of pots and pans facing the inside of the stove and not towards the outer edges, looking up hot items with dry cloths, use automatic devices to dip food in fryer and dispose of the residual oil only after cooling. Although the risk of fire is certainly not negligible, in the kitchen, for the presence of electrical equipment, flames, and fuels such as oils and fats. Keep clean lids, caps and filters, ovens, cookers, fryers, fume hoods, do not leave rags or other combustible materials near heat sources, maintain electrical equipment in good condition and subject to regular checks attitudes are useful to reduce the risk. Important not to leave embers unattended and, at the end of the work shift, close all the valves of gas and check that all electrical equipment is turned off. Continuous training of all operators, in particular the new arrivals and temporary workers, helps to reduce the

level of risk for everyone.

Risks also psychological

The damage to health is not just the physical one: the many shifts in the evening and at night and on weekends, along with the high stress levels that can be achieved in the kitchens may compromise the work-life balance of employees. The conditions of discomfort, in turn, contribute to increasing the risk of accidents.

DPI chef!

Wear personal protective equipment reduces the risks. Here is how:
Footwear: must have non-slip soles. Sandals are preferred because a closed shoe holds more easily any hot liquids. A back strap prevents loosening.
Cut resistant gloves: to be used during the cleaning of machines with blades or sharp or intense cutting operations.
Apron-less: you wear when performing operations with the knife toward the trunk of the operator.

The incidences of accidents according to the tasks

Chef	22%
Waiters	21%
Attendants	13%
Bartenders	7%
Rotisserie / pizzaioli	4%

Lesion site of injuries with permanent consequences in the hotels sector-ristoranti

Hand	17%
Ankle	7%
Chest	8%
Arm and forearm	7%
Wrist	15%
Knee and spine	10%

source Inail

Safe appliances, according to law

The equipment used in professional kitchens must meet specific minimum safety requirements defined by the European directives. Especially for equipment used in professional kitchens the main directives are Directive Low Voltage, Gas and Electromagnetic Compatibility.

Each equipment for sale must be accompanied by a declaration of conformity and can not circulate on the market if it carries the CE mark. The CE marking is the final act by which the manufacturer declares that the product you are entering the

market has been tested and meets the minimum safety requirements in the European Directives. The latter is, in the case of electrical products, a sort of self-certification of the manufacturer to have built in compliance with the safety requirements and therefore is reliable if the producer is serious and reliable. For this reason, many manufacturers, to offer a definitive guarantee the quality of their products, require a voluntary mark of safety, such as IMQ, issued by a third party over the parties.

Something different must be done for equipment that also supply gas. In these cases the affixing of the CE marking and issue the declaration of conformity are subject to EC type, which must be carried out by a Notified Body as IMQ which issues the Certificate and next to the symbol EC must contain a number that identifies the certification body responsible for monitoring of the product (for IMQ the number is 0051).

"The risks associated with electrical equipment - explains Giorgio Pietrantuono, lab tech security expert of such tools IMQ - in addition to those from electrocution are mainly related to the risk of cutting. For this reason, the standard requires, for example, that any glasses in case of breakage shatter into fragments and that the beveled edges are not sharp. As for the risks associated with electricity, equipment must be constructed so that the electrical parts are not accessible and be equipped with security systems." In general electrical products, in order to comply with European directives, should prove to be safe from the electrical point of view, solid and resistant to the mechanical, and generally never be a source of possible danger in the event of abnormal use or failure . But not only.

In particular, for equipment in contact with foods, such as slicing, relief is also the aspect of food hygiene. The product must therefore be constructed of materials compatible with food contact and with a structure that allows easy cleaning and maintenance of the parts. Same safety requirements also apply to gas products. "Finally - explains Roberto Bigoni, lab technician safety expert of ovens and cooktops gas - we must not forget that in addition to the safety of the equipment used is also important to respect the proper use; the operator must be trained in the proper use of all equipment, because any misconduct can result in a risk. The instruction booklet should not be relegated to the bottom of a drawer but read, understood and reread it when the need arises."

Chef interview

What is the most common accidents?

Cuts and burns

Anyway, how do we deal the matter safety at work in the kitchen of the restaurant? Giorgio Perin tells us about it, chef of the restaurant Mo.om, to Olgiate Olona (Va) and a member dell'APCI (Professional Association Cuichi Italian). He is the head of security in the kitchen. The hotel caters strictly to business travelers. The restaurant serves an average of 60 people a day - mainly in the evening - and three employees working in the kitchen.

You have ever experienced accidents at work in your kitchen?

We are open for almost two years and fortunately it never happened anything serious, although captain incidents of low value.

What are the most dangerous tools in the kitchen?

Surely the knives, and because the blades are very sharp, and because it tends to have too much confidence with them, lowering the level of attention. Then it happens that for a month there is not a scratch on the face and one day we will cut 4 or 5 times ... It can happen, but fortunately it is never anything serious. A very dangerous operation is out cleaning. His cuts, I have personally experienced, are more painful than those of the knife. However, can be prevented by wearing the appropriate cut-resistant gloves when cleaning.

It burns?

They are also very frequent. We work with ovens, pans, fryers. Burn is quasi inevitable, especially if the heat is working with the jacket sleeves rolled up. Also in this case have not been serious accidents.

How important is the attitude of management towards the issue of worker safety?

It's very important. In our case, we work on a new concept hotel, built with an eye for design and environmental impact, but it has been paid great attention to the safety of those who work there. Some examples? Usually we tend to hide and make it as small as possible the pipes for the sprinkler system, here at Mo.om are even bigger than the law requires. Then, in the summer when I pointed out that the temperatures were just bearable, was

quickly installed a ventilation system that has significantly improved the quality of life. All safety devices are kept in perfect order and condition. As security manager I followed courses of all kinds, from fire to the emergency room!

AT PAGE 34

Frozen or quick-frozen? That is the question

The work processes in the kitchen increasingly require the use of raw materials or preparations that are kept at a negative temperature. But it is still not very clear about the difference between frozen and quick-freeze. Here is some indication

By Gregori Nalon

More and more readers are following my column that also well for several years and accompanies matches your curiosity and / or concerns. So many of you contact me on Facebook on my pages, in other www.facecook.it, others after he entered free-mind my official website www.gregorichef.it, write recipes and ask for advice. Thanks go to the CIC and the preparation that give me the opportunity to be able to transmit information from several sources. This month we talk about a topic really carrier, which can determine the quality and the safety of a food. Let's talk about freezing and quick-freezing. We distinguish the two, in a simple way with an example.

FOR FREEZING you are taking a food at -18 ° in a long time: it is the traditional method that usually takes place at home, and unfortunately still today, in many restaurants. When we talk about quick-freezing, we mean a process leading to -18 °, -22 ° or better at the heart of the product in the shortest possible time, using professional tools, as the blast chiller, now more and more present both in homes in restaurants. We can use an example to better understand the difference between the two procedures. If you take a glass bottle with water, and put it in the freezer, as well all know, in the freezing phase with a long time, after a few hours the same bottle will burst. All this does not happen if you do a quick



process with blast chillers rapid and / or other systems even more efficient. If we apply this example to a food, it is well understood that the ro-vina freezing the food and of course later when defrosted. In more scientific terms, with deep-freezing the speed of the process allows for very small ice crystals within the cell tissue that does not damage the structure of the food. With the process of freezing, however, within the product are formed ice crystals of higher dimensions, which break the cells. When the product thaws, there is leakage of liquid, with the result of loss of principles nutrients and decrease of the organoleptic quality (Doc Orogel).

WHO WANTS TO FREEZE A FOOD, with less risk, faster, better result, must be aware that the results-to is not the best. If we want to freeze, sauces, broths, soups, creams, council put them in freezer bags for classical, filling in half, close and flatten. Place them lying on a metal panel (preferably stainless steel), and put in the freezer-with. In doing so the freezing process will definitely lower than the classic bag full and cluttered. Another way to broths and / or gravies, sauces etc. is to place them in the containers to make the ice cubes, thus obtaining "pa-peared" of food. If we want to keep instead of fresh garden vegetables (potatoes, peas,

beans, green beans, fennel etc.), The advice is to boil them in salted water for a few minutes, then once cold place in bags, as described above-to, flatten and freeze on the metal panel, as described above.

If we are in a restaurant, bakery, or in a professional environment where you manipulate, use, transforms food for others, it is only right to use a blast chiller, in order to speed up the system freezing. It follows a higher quality, an optimal structure of the product, which, when brought to room temperature, is in excellent condition. Now there are small blast chillers that can help you preserve in excellent condition cooked food, raw food, fresh pastas even stuffed, etc. and get excellent results for confectionery products, such as frozen desserts, sundaes, ice cream etc. Of course it is the duty of everyone, do things properly, follow the rules of hygiene, and offer products that have followed a correct process of freezing. What's an example of this? It would be a classic parfait in restaurants. Well when a semifreddo dips the spoon should have a creamy, soft, sense "needles" or ice crystals, synonymous mal congealment. Beware though that the softness of a semifreddo, has nothing to do with the rapid freezing or not: in that case we speak of errors balancing sugar, egg foams, fats etc.

AT PAGE 38

Reservations, getting save with smartphones' app

Spreads the use of apps and sites to book a table at the restaurant. This is a change in habits driven by smartphone that can no longer be underestimated by restaurateurs since the benefits are many.

By Anna Muzio

Once upon a time the book of reservations, ragged, full of erasures, which went to inquire of every phone call and request a booking. At the risk of making mistakes, forgot to mark the phone number, or, worse, refuse a table booked for then ascertain that Mr. Rossi at eight in the evening would not show up at all, with double damage to the restaurant.

Today everything is changing, thanks to a device that has entered our lives and changed many of our habits, the smartphone, and the sites and App to book, that are coming from the "ghetto" of the 30's super technological to get into habits of bands customers increasingly large. About the test is so comfortable that it leaves them more. "It's a business that in the last six months for us has grown by 12 times, only in December we booked 14 thousand restaurants covered in 2400, and now more than half of the bookings come from smartphones," says Simone Tomaello, For 2Night that "signature" the app MiSiedo.

CUSTOMER SIDE, the use of the online booking service, via PC, tablet or smartphone that allows you to avoid waiting on the phone numbers and busy, especially in the evenings "hot" as the Saturday night, and in the absence of a table, immediately find another restaurant in the area.

Side restorative benefits to be inserted in these applications are different. Beginning with the internal management. Reservations are in fact collected via iPad or PC. As telephone are inserted manually. If the application is linked with the management program of the case, then, has automatically and in real time the number of seats

free, limiting the maximum human intervention. "Some restaurateurs have even decided to no longer accept telephone bookings - says Tomaello -; so can be used otherwise the staff who first answered the phone." Not only. With this system, the restaurateur can optimize reservations, intervening manually to choose the places they want to "award" to the system. May propose promotions evenings "off" as the summer weekends in the city, or close altogether reservations online in case there are groups coming. Promotions are not mandatory, but the restaurants with offers spring high on the list of the premises. The cost? Typically there is a one-off part for the start, then a fixed rate on the reservations that goes from 1 to 4 Euro, depending on the operator and the type of restaurant. The device for reservations, is an Item or an iPad, is provided by the company chosen, as well as IT support (and sometimes marketing) required to begin. The most popular services are in addition to MiSiedo Restopolis, MyTable, Freeppie but the market is constantly changing. The "recruitment" of restaurants takes place on a local, city by city. There is a qualitative assessment, although the most popular are the must-have for everyone.

ANOTHER ADVANTAGE is visibility. Spreading the word in fact, that rule has always been the "dealing desk" restaurant, this is no longer the only one, and soon you will not even the main means of spreading the name of a restaurant. Many Apps also have a blog that gives visibility to the restaurants on the list, in rotation. And have loyalty programs for customers, with collected points, which invite you to go to book. Why bring more customers to the restaurant is the common, goal. Achieved also through agreements with other companies such as Alitalia, Uber or Vodafone.

THE "NO-SHOW" IS DEAD. Reservations not confirmed are a kind of cancer of the category. The App, profiling the customer, constrains the problem because they provide "sanctions" if the person who has booked does not show up at the restaurant (the loss of points earned up to exclusion from the system). Moreover, decrease losses of customers due to the lack of places, because instead of receiving a strong NO by the waiter

busy in other things or a busy phone, the customer is immediately proposed the earliest date available, and maybe choose to change the program in order to just try that restaurant (as recommended by the guide or by his friend, or to eat the dishes they like so much).

BE ON A RAIL is undoubtedly a way to make himself known, classic but still relevant. Why apps are entering the market, aware of the advantage of being able to quickly book a place once read the review and chose the restaurant. MiSiedo for example has partnered with the Espresso Guide. Yet TripAdvisor, very popular despite recent troubles with the Antitrust, now enables the direct booking for some of the restaurants of its vast database, in collaboration with TheFork, which operates in five European countries. Since the review of the customers really like, they are urged to review and "spread the word" about the social, also earning vouchers to spend in one of the restaurants associated. And with the certainty that the review, if not accurate, at least in the restaurant is made by those who really was, because the comment is related to the booking. Through these systems is also possible to analyze customer data, to study the flows, the evenings or times to supervise, or even offer a glass of welcome a newcomer or a regular. Not only. "The analysis of big data is one of the hot topics of the moment. In the near future the App will give the opportunity to know the customer and offer him the restaurant best suited to their tastes," concludes Tomaello.

Benefits of the app

CUSTOMER avoids waiting on the phone and can immediately find an alternative if there is not a table available

The world of catering improves efficiency in reservations; program work better, handles bookings

JustEat, the app for takeaways

JustEat, born in Denmark in 2001 and landed in Italy four years ago, is an app connected to the home service now operates with 2,000 restaurants in 158 municipalities, also to the south, "because it is the offer that drives the demand. We are an alternative sales channel," says Sales Director Marcello

Marazzi. "We calculated that in the first 5-6 months of the inclusion of restaurant sales increase by 15/25%, depending on where it is, the on-time delivery and of course the quality of the food, all of which are valued by our customers. So who works better will have more visibility in search results."

How does this work? "We provide a terminal like a Pos, with a sim at our expense (no need Wi-Fi or telephone line): the caterer receives the order, the customer information and the time of delivery, which you can accept or postpone. In affiliation fee there is also the realization of a mini-site. "Prices (the same as in the restaurant), possible promotions and delivery conditions are set by the caterer, JustEat ago promotions evenings "hot" such as the final of X-Factor, "but we help our restaurateurs to gain sales by analyzing the market area and giving advice, for example on how to study the delivery area for the pizzas to be within 15-20 minutes maximum, while the sushi for example can have a larger radius."

The word to restaurateur
Caroline Teeth and California Bakery,
the reasons for a choice

Relies on various services for home



delivery "we will not run it," while booking service tables is internal, through the call center. Explain the choice Caroline Teeth, owner of California Bakery, format born in 1995 and now has a dozen stores in Milan. "With these systems reach many more people, give us great visibility, so we have chosen to rely on more than one company (in addition to Just Eat, MyFood and short Chopsticks and Forks). On these platforms, we can also do marketing and discounts that would be difficult to manage on our site. With some the logistics is borne by the restaurant owner, others offer a complete service but retain higher percentages."

Why not outsource reservations? "At the moment we have no problems of affluence and we need to push on reservations. We have a switchboard that, via phone or email, interfaces with the booking of the various shops. However, we are thinking, with much internal conflict, to allow the online booking through our website because the switchboard, where customers often turn questions, sometimes it's busy. One way to speak the language of the customer today, although the downside is that you lose that human touch we hold dear. Ours is a fairy world that recalls the flavors of when we were children. It is true that today's customer is in a hurry, but we would like to stop even before it gets to us. We will however both booking options."

Six tips for choosing the right app
1 AGILITY. The system must be agile, easy and reliable. They can choose more than one but in the case to be put in the account management of the various systems. The connection with the cash system allows total automation
2 OPTIONS. Check the added services, in terms of assistance (how many hours, as there is a fixed contact?) And added benefits (website, market analysis)
3 ANALYTICS. The analysis of the data generated by the reservations is important to better handle the same, but also to understand how and when to propose incentives
4 COLLABORATION. Highlights include partnerships with other realities: give more visibility to the restaurant.
5 MONITORING. Competitors of the area which app they are using?
6 REPORT Crucial dissemination to customers (how many downloads, how many bookings generated?)...

AT PAGE 42

Wine as "bio" commands

Growing attention to the labels and organic customer interest towards proposals wine "alternative": organic wine attracts young consumers, the enocourios and foreigners

By Pietro Cinti

Product destined to have a growing number of admirers/clients or a phenomenon linked to fashion, then "passenger" by definition? After a decade of controversy, the EU has regulated the matter by clarifying the concept of "organic wine" and pointing to a number of requirements and restrictions for certification by a third party and, therefore, the ability to have the European logo, the 'now famous little leaf on green field, which today connotes the whole organic production. Naturally, the controversies have not calmed down, the champions of naturalness at all costs too permissive believe the European Regulation 203/2012 and created a front/movement of winemakers hardliners, who reject the certification on behalf of viticulture and winemaking without adjuvants.

FAR FROM take sides in this dispute, we note that the interest in organic wines certified, or organic in the acceptance commonly used across the border, both in tumultuous growth, in Anglo-Saxon countries or North, those with a tradition of wine and less rooted in a culture consumption "youngest" and open to experimentation and new wine tours. In countries with established wine tradition, organic is a concept that conveys better fruits or on dairy products, which is not in the nectar of Bacchus. Nevertheless, in 2014 according to Wine Monitor Nomisma, 2% of Italian households bought at least once organic wine, but this share is expected to grow even for the simultaneous increase in the area under vines biological (+ 67% from 2003 to 2011) and the interest of the producers, who choose the small bio for a philosophy of life, or the great who care more attractive to prospects in key export. The wine comes from certified organic grapes organic, grown without synthetic chemicals and GMOs and a

winemaking practices and limiting use of products. For organic wine certified limits added sulfites should not exceed 100 mg / l for the red and 150 mg / l for white and rosé.

A modern, with a cosmopolitan clientele and attentive to trends coolest must have in the list of labels bio: in Italian mosaic productive wine labels expected from all major wine regions and new realities, maybe young wineries, with production philosophies and image different from the usual clichés. We offer a small selection of proposals ranging from North to South

Loacker - Corte Pavone

Brunello di Montalcino DOCG
<http://www.loacker.net/it>

Features

It is purple in color with garnet. The nose is elegant, with notes of dark chocolate, roasted aromas of plums, figs, ripe blackberries and a hint of truffle. A palate with good acidity, soft tannins, ripe berries, hints of sweet spice and subtle mineralogy.

Pairings

Dishes made of meat, game and cheese.

Antica Enotria

Il Sale Della Terra Nero di Troia Puglia IGT
www.anticaenotria.it

Features

Dense ruby color, great balance and elegance of aromas of ripe fruit, spices and lightly toasted. The palate has powerful structure supported by a freshness that accentuates the fruit. It is very persistent, ending with a note of vanilla.

Pairings

Pasta with meat sauce, lasagna, grilled meats, aged cheeses

Punset

Barbaresco DOCG
www.punset.com

Features

It is warm, velvety, balanced, with aromas of flowers and berries that blend with aromas of chocolate and spice, graceful, delicate, mellow. The color is ruby red garnet and with the years takes slightly orangey tones.

Pairings

Traditionally accompanies main courses but thanks to its delicate aromas is a right relationship with risotto and tasty pasta dishes and all the cheeses. Someone also sketches a pairing with desserts made with chocolate



Cantina Tollo

Trebbiano d'Abruzzo bio

www.cantinatollo.it

Features

It is a wine of straw yellow color with greenish reflections. Not being filtered, may show a slight haze. The scent is fruity, with fine floral and mineral notes, while the taste is medium-bodied, delicate, fruity with almond aftertaste.

Pairings

It is excellent as an aperitif and with all fish dishes, white meats and cheeses.

Camillo Donati

Lambrusco

www.camillodonati.it

Features

Lambrusco grapes masters is a full-bodied wine with good structure, considerable alcohol content 12% - 13%, and quite different from all his other colleagues. Also great to age

Pairings

It goes well throughout the Emilian cuisine, from appetizers of salami, first courses or stuffed in broth, until you get on challenging seconds of red meat.

Tenuta Agricola di Lison

Refosco IGT Veneto

Features

It's a ruby red color with violet hues, intense, vinous, typical, reminiscent of raspberries and blackberries, with full-flavored, robust and tannic.

Pairings

It goes well with red meats, game stew or skipped.

Terre del Gattopardo

La forza dell'Amore - Terre Sicilian IGP
www.letterredelgattopardo.com

Features

Hints of black cherry and currant fragrant; taste hints of roasted pepper, with a pronounced final chocolate. A long and pleasant end.

Pairings

Spicy sausages, pasta with eggplant, grilled red meats, aged cheeses.

Emidio Pepe

Montepulciano d'Abruzzo DOC

www.emidiopepe.com

Features

It is a ruby red of beautiful intensity with slight purple hues. Nose: varietal, young evoking hints of fresh red fruit (cherry...), with which merge the secondary aromas of wine maturation. Taste: it is dry, full, robust, smooth, soft and velvety; wine with great structure and persistence, which combines a balanced tannins and softness. Emidio

Pepe is known as wine for long aging.

Pairings

Pasta dishes very structured, red meats, game, ripe cheeses.

AT PAGE 46

Impress on the table

You don't need a lot just to give a little extra touch to the presentation of the food, because even the mise en place wants its share. So here is that you can opt for dishes from the line classic but contemporary, flexible enough for different occasions, but with some element of eccentricity or studied casual presentation, as the service in the pot or in the pot, for preserving

Affinity

Villeroy & Boch

pro.villeroy-boch.com/it

A clear and many original details give the line Affinity strong personality characterized by a subtle elegance.

Affinity - distributed in Italy by Broggi - is the line in china, which chef can fully express his personality and make it out to its guests. It is stackable, compact, and resistant to everything and with a competitive price. It is versatile and functional: it can be combined well with Affinity 70 different articles by staging culinary worlds ever new.

It can be the ideal base for any occasion, for any place and at any time, from business hotels to the cafeteria and the trendy bars, from breakfast to dinner, from the small table in the catering.

Fido

Bormioli Rocco

http://myhome.bormioliroccocasa.it

They have the vintage flavor of homemade preserves the vessels of the series Fido Bormioli Rocco, nowadays discounted from the cap glass sprayed in orange, blue, pink and green.

Used for serving individual portions (from terrines to dessert) makes it easy

time of digestion and gives a touch of originality and conviviality in more to the table.

The formats are ideal for this use one the 12.5 to 20.0 and 50.0 cl.

New York

Ancap

www.ancap.it

Text over ..òòòdwd sprayed in orange, blue, pink and green.

Used for serving individual portions (from terrines to dessert) makes it easy and gives the time of de u dmqòwjl1l111 1LW 1wnl wh

Icarus

Broggi

www.broggi.it

Modern and alternative? O eccentric and fascinating? Born in partnership with Giugiaro Design, Icarus is a line of cutlery out of any scheme that definitely can customize the table and characterize the identity of the restaurant that uses it. Its handles are reminiscent of the wings, according to Greek mythology, Icarus and his father Daedalus built to take flight and escape from the labyrinth of Minos

It is made of stainless steel with a polished finish.

Servintavola

Ballarini Professional

The collection Servintavola aims to give the dishes the right presentation and embellish the table with style and creativity.

Handles and shapes shooting styles in vogue in the twenties and fifties, combining the excitement of the guests for the icons of the kitchens of the past with the materials that more than others emphasize a refined cuisine.

Wuattro, therefore the materials made available to cooks: aluminum, non-stick aluminum, copper / aluminum and iron each of which declined in four forms: pan, pan, pan and saucpan with handle.

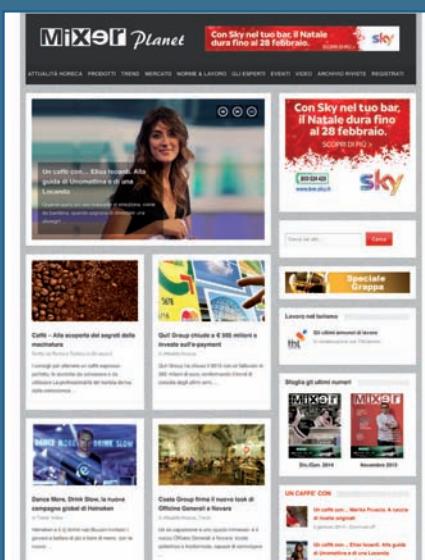


Mixer

MAGAZINE & BUSINESS DEL BAR

Da oltre 29 anni Mixer è un riferimento dell'informazione professionale per i pubblici esercizi. Ha una distribuzione programmata di 122.000 copie che raggiungono ogni mese bar, ristoranti, pizzerie, hotel e distributori in Italia.

mixerplanet.com



ISCRIVITI
SUBITO alla
NEWSLETTER

Il media
insostituibile
per le imprese
che si rivolgono
al canale horeca

Per informazioni: Fiera Milano Media SpA
S. S. del Sempione, 28 20017 Rho (MI)
Tel. +39 02 49976086
e-mail: pubblicita@fieramilanomedia.it



Fiera Milano Official Partner



Cooperativa Italiana Catering



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

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

La qualità,
ogni giorno
ovunque.

