

Ristorazione & Ospitalità



Organo ufficiale dell'AMIRA
Associazione Maîtres Italiani Ristoranti e Alberghi

Anno 45 - Numero 6
Giugno 2021

BUONA ESTATE!



All'interno:

- Un menu di qualità non basta. Per il cliente conta l'esperienza in sala
- Le nuove professioni del vino
- I formaggi del Lazio
- Perché si utilizzano i tappi di sughero
- I Vini d'Israele

Professionisti nel settore del FOOD SERVICE con un'esperienza di 60 anni, siamo in grado di soddisfare tutte le esigenze della ristorazione moderna.

RISTORANTI - PIZZERIE - HOTEL - BAR - BANQUETING - CATENE DI RISTORAZIONE - RISTORAZIONE COLLETTIVA

Da Oggi VI RAGGIUNGIAMO in TUTTA ITALIA



 FILIALI PREGIS S.P.A.

 TRANSIT POINT



 **NUOVA FILIALE**
Sant'Omero (TE)



Riva del Garda (TN)

San Bonifacio (VR)

Galliate (NO)

Chiesina Uzzanese (PT)

Cesena (FC)

San Vito al Torre (UD)

Sant'Omero (TE)

RIVA DEL GARDA (TN)

Sede legale/Unità locale

Via S. Andrea, 61 - Loc. Fangolino
38066 Riva del Garda (TN)

Tel. 0464 551487
info@pregis.it

SAN BONIFACIO (VR)

Unità locale

Località Albaron
37047 San Bonifacio (VR)

Tel. 045 7665555
info.vr@pregis.it

GALLIATE (NO)

Unità locale

Via Giulio Natta, 6
28066 Galliate (NO)

Tel. 0321 806776
info.no@pregis.it

CHIESINA UZZANESE (PT)

Unità locale

Via del Lavoro, 29/41
51013 Chiesina Uzzanese (PT)

Tel. 0572 411538
info.pt@pregis.it

CESENA (FC)

Unità locale

Via dell'Artigianato, 345
47521 Cesena (FC)

Tel. 0547 301750
info.fc@pregis.it

SAN VITO AL TORRE (UD)

Unità locale

Via Remis, 33
33050 San Vito al Torre (UD)

Tel. 0432 836343
info.ud@pregis.it

SANT'OMERO (TE)

Unità locale

Via Guglielmo Marconi,
64027 Sant'Omero (TE)

Tel. 0861 1828129
info.te@pregis.it



Con sede centrale a Riva del Garda, siamo ampiamente presenti sul territorio italiano, dal Centro-Nord Italia, alla Sardegna, Costa Azzurra e Croazia, con numerose filiali e piattaforme logistiche.

RIVA DEL GARDA (TN) – SAN BONIFACIO (VR) - GALLIATE (NO) - CHIESINA UZZANESE (PT) - CESENA (FC) - SAN VITO AL TORRE (UD)

NUOVA FILIALE IN PROVINCIA DI TERAMO

AL SERVIZIO DELLA RISTORAZIONE

PREGIS[®]



**SI TORNA
A LAVORO!**

www.pregis.it



Ristorazione & Ospitalità



Anno 45 n° 6
Giugno 2021

Rivista di alimentazione,
gastronomia, enologia e turismo

EDITORE AMIRA
Associazione Maîtres Italiani
Ristoranti e Alberghi

DIRETTORE RESPONSABILE
Diodato Buonora
dbuonora@libero.it

DIRETTORE EDITORIALE
Valerio Beltrami

GRAFICA E IMPAGINAZIONE
Veronica Gatta

CONTRIBUTI EDITORIALI
Vincenzo Albanese, Valerio Beltrami,
Diodato Buonora, Marisa Conte,
Marco Contursi, Mario Di Cristina,
Alessandro Dini, Giovanni Favuzzi,
Enrik Gjoka, Adriano Guerri,
Valentina Iatesta, Angelo Insogna,
Rodolfo Introzzi, Antonello Maietta,
Tommaso Motterlini, Fabio Pinto,
Michele Policelli, Claudio Recchia,
Antonino Reginella,
Giacomo Rubini, Luca Stroppa.

SITO UFFICIALE
www.amira.it

FILO DIRETTO CON AMIRA
Tel. 02 49458768
dalle 9 alle 12
dal lunedì al venerdì
info@amira.it
sedelegale@amira.it

REGISTRAZIONE TRIBUNALE
n. 16754 del 26 marzo 1977

Sommario



L'EDITORIALE

6 Il valore aggiunto del cameriere
Giacomo Rubini

ATTUALITÀ

7 Pandemia e crisi, la voce del personale
di sala - Tommaso Motterlini

ATTUALITÀ

9 Un menu di qualità non basta
Enrik Gjoka

ATTUALITÀ

12 Le nuove professioni del vino
Antonello Maietta

ATTUALITÀ

14 Il "Caffè dell'Amicizia" di Claudio Recchia

ATTUALITÀ

17 In sala e dietro al bancone bisogna sapere
come vendere - Valerio Beltrami

CULTURA DEL SOMMELIER

19 Perché si utilizzano i tappi di sughero per
chiudere le bottiglie di vino? - Luca Stroppa

LE NOSTRE DOCG

21 Scansano, la patria del "Morellino"
Adriano Guerri

VINI DAL MONDO

22 I vini d'Israele
Rodolfo Introzzi

Sommario



34



39



35



23

IL MAESTRO

23 Il Gran Maestro Enzo D'Adamo
si racconta... - Claudio Recchia

ALLA SCOPERTA DEI NOSTRI FORMAGGI

26 Il Lazio
Michele Policelli

STORIE DI BIRRA

29 La Lombardia ha fatto la storia della
nostra birra artigianale - Marisa Conte

PER SAPERNE DI PIÙ

32 I colori a tavola (2^a parte)
Valentina Iatesta

ALIMENTAZIONE E NUTRIZIONE

34 La carne di pollo vs la carne di tacchino
Giovanni Favuzzi

A TAVOLA CON IL MAÎTRE

35 Coda di aragosta flambée al calvados
Alessandro Dini

L'ANGOLO BAR

36 The Unforgettable IBA Cocktail...
"Aviation" - Fabio Pinto

DISTINTI SALUMI

38 Il "Biroldo", gustoso sanguinaccio dalla
Toscana - Marco Contursi

R. & O. 30 ANNI FA

39 Ristorazione & Ospitalità di giugno 1991
Diodato Buonora

SEZIONE PUGLIA BARI

41 Il piacere di stare al fianco dei giovani
Vincenzo Albanese



SEZIONE VENEZIA

42 Corso per i giovani sull'approfondimento
dell'arte del flambé

SEZIONE VERONA

43 Coltivare il futuro. Quando l'esperienza si
mette al servizio dei giovani - Angelo Insogna

DAL MONDO DELLA SCUOLA

44 Dal chicco al caffè. Torrefazione a scuola.
L'esperienza dell'Ipsar di Velletri

A-Z / DIZIONARIETTO PER GLI ADDETTI

AL SERVIZIO DI SALA/BAR

45 6/Dotazione di sala, porcellane - Etilometro
Antonino Reginella e Mario Di Cristina

I NUOVI LOCALI DEL

"CRAVATTINO D'ORO"

47 Il Momentum, un bio resort di lusso
immerso nella natura

Il valore aggiunto del cameriere



Purtroppo, molto spesso il termine “CAMERIERE” tende ad essere associato ad un mestiere di ripiego e alla portata di tutti, ma in realtà le cose sono ben diverse. Lavorare in sala, se fatto con serie intenzioni ed autentica passione, richiede delle qualità che non sono affatto semplici e scontate.

Un cameriere che si rispetti non solo deve saper destreggiarsi in tutte le mansioni pratiche ed organizzative che il suo mestiere richiede, ma deve avere anche un'elevata conoscenza eno-gastronomica in continua evoluzione e, cosa da non sottovalutare, oltre a conoscere e parlare più di una lingua straniera, deve essere impareggiabilmente empatico con i clienti.

Dietro un bravo cameriere si cela una sorta di discreto “psicologo” che con nonchalance (al di là del servizio in sé) riesce ad interloquire con gli ospiti sapendo bene come approcciarsi, che discorsi poter affrontare e fino a che

punto sia opportuno spingersi nell'alimentare quella sorta di confidenza che in molti casi i clienti habitué tendono a dare per scontata.

Il cameriere è quindi un mestiere dove “la mente” va di pari passo ed ha la stessa importanza del lavoro “di gambe e braccia”. La perspicacia, il tatto, l'eleganza e la prontezza di spirito sono prerogative che per un cameriere devono essere innate.

Che cucinare sia un'arte è cosa oramai risaputa. Un bravo cuoco, attraverso il cibo, ambisce a soddisfare il palato dei clienti. Ma nessuna pietanza viene apprezzata fino in fondo se qualcuno non la valorizza.

Può essere servito il piatto più buono mai esistito, ma senza la figura di un bravo cameriere nessun cliente uscirà mai da un ristorante pienamente soddisfatto.

Come sosteneva VOLTAIRE, “DISSIMULARE” è l'arte dei Re e dei Camerieri.

L'accoglienza, le premure, il

saper consigliare, proporre, servire e soddisfare le esigenze del cliente... rendono il cameriere una figura di rilevante importanza, alla pari di quella dei suoi colleghi di cucina.

Un dipinto perfettamente riuscito non sarà mai impareggiabile senza la giusta cornice, e ciò accade anche nella ristorazione. È la collaborazione con la sala che rende eccellente la cucina; la loro è indubbiamente una relazione simbiotica dove a trionfare sono entrambe, in egual misura.

Il cameriere ricopre un ruolo essenziale; agisce in prima linea ed è senza ombra di dubbio il biglietto da visita ed il vero valore aggiunto di un ristorante. Al di là dell'età anagrafica, indolenza e noia fortunatamente non faranno mai arrugginire la mente di chi, per sua fortuna, ha scelto di amare e svolgere il mestiere del CAMERIERE.

Giacomo RUBINI
Vicepresidente Vicario
AMIRA NAZIONALE

Pandemia e crisi, la voce del personale di sala attraverso Valerio Beltrami

di Tommaso Motterlini

Con Valerio Beltrami, presidente nazionale dell'AMIRA, un percorso che sottolinea l'importanza dell'accoglienza.

Che cos'è AMIRA? "AMIRA (Associazione Maîtres Italiani Ristoranti ed Alberghi) nasce nel 1955 presso il Ristorante SAVINI di Milano. Siamo riconosciuti dal governo, siamo presenti su tutto il territorio italiano con 50 delegazioni e siamo presenti con altre delegazioni come in Svizzera e Montecarlo. Lavoriamo anche per essere presenti a Shanghai, Boston e in Norvegia. Ci occupiamo di rilanciare il valore di *maître*, incrementando la reciproca conoscenza e amicizia tra associati, in nome di una costante crescita professionale. L'accoglienza la fa chi ti accoglie ed è una fase fondamentale dell'esperienza nelle strutture ricettive".

AMIRA: la valorizzazione dei giovani e il contatto con le scuole

"Puntiamo molto sui giovani, siamo in contatto



Il Presidente Beltrami in un incontro con una classe

continuo - soprattutto in questo momento - con tantissime scuole alberghiere italiane, non con l'intento di sostituirci all'insegnamento, ma per dare una testimonianza d'amore per questo mestiere. Non può infatti prescindere dall'amore per quello che si fa. Per questo motivo puntiamo molto sul rafforzamento della professionalità nella formazione scolastica con indirizzo tecnico. I nostri clienti sono considerati come ospiti. Come talio sono chiamato a dare il 100% di me stesso per farli stare bene. A maggior ra-

gione, dopo una situazione come quella presente, il cliente, quando tornerà, cercherà questo: sicurezza, tranquillità, fiducia e un posto dove viene coccolato in tutto e per tutto. Nel male, questo Covid-19 ci ha ribadito questa visione di ristorazione".

Per Valerio Beltrami il personale di sala è una categoria ancora meno tutelata rispetto alla ristorazione stessa?

"Senza dubbio! Se in una città come Milano, con centinaia di uffici, si lavorava tanto anche a pranzo, oggi con il lavoro agile

Attualità

come sarà il futuro della ristorazione? Gli stessi provvedimenti del governo sulle riaperture all'aperto non incentivano il lavoro di accoglienza di maître e sommelier. Una riapertura all'aperto non permette di avere un piano B e non tiene conto della realtà extra urbana come quella della montagna, che ha delle temperature tali da non permettere la messa in atto di queste misure. La situazione è molto difficile. La gente ha tanta voglia di uscire e questa voglia repressa rischia di non permettere il rispetto delle regole necessarie per contenere la curva di contagio. D'altra parte - nonostante ci vorrà del tempo - chi ha qualità riuscirà a sopravvivere. Per



questo motivo stiamo continuando a investire nei sistemi di formazione di accoglienza del cliente e di diversità di trattamento a seconda delle esigenze di ogni cliente. Oggi giorno i mass media ci inondano di programmi di cucina, ma quella è la punta di un settore enorme che spesso non corrisponde alla realtà professionale. Agiamo anche per dare una visione di insieme di tutto questo mondo professionale”.

Quali sono le attività che sta portando avanti l'associazione?

“Noi dell'AMIRA abbiamo scritto a ministri, sindaci, conoscenti, onorevoli. Ma il risultato è sotto gli occhi di tutti. La gente si riversa in piazza perché è stufa. Inoltre, il Covid-19

convive con un male ancora più grande che in Italia c'è da sempre, cioè la burocrazia. Non si può fare niente senza centinaia e centinaia di carte. La gente è sfiduciata e tanti nostri associati mi chiedono, sempre più disperati, cosa si può fare. Noi, tuttavia, abbiamo le mani legate in una situazione del genere. Continuiamo a fare call con associati, organizzatori, scuole, ma la gente comincia a non avere più i soldi per pagare le tessere associative. Alcuni sono 14 mesi che non lavorano. È umiliante vedere gente con una carriera di tutto rispetto che non sa come andare avanti. Continuiamo a lavorare con le scuole perché sono il nostro futuro. L'Italia può sopravvivere con il turismo e dobbiamo formare giovani che amano la professione dell'accoglienza. Carne sul fuoco ce n'è tantissima, ma continuiamo ad avere pochissimo spazio di manovra”.

Da: sowinesofood.it



Un menu di qualità non basta. Per il cliente conta l'esperienza in sala



di Enrik Gjoka

La funzione strategica del servizio per il successo di un ristorante: contatto, empatia e competenza, insieme all'ambiente, sono i fattori determinanti. Non si deve mai dimenticare che per il consumatore c'è ciò che vede (la sala) e ciò che gli è per lo più invisibile (la cucina).

L'elemento identificativo del comparto ristorativo è l'**alto contenuto di servizi**, specifico di questo settore. Numerosi sondaggi mostrano che il servizio è spesso il fattore decisivo per la ritenzione e la soddisfazione della clientela. Ormai **offrire ottime pietanze non è sufficiente per rimanere competitivi sul mercato**. La qualità del servizio può innalzare o annientare l'azienda ristorativa. La differenza tra beni materiali e servizi non è ben definita, **distinguere esattamente un bene puro da un servizio puro è piuttosto complicato**, se non addirittura impossibile, perciò le seguenti definizioni ci potrebbero essere d'aiuto.

«I servizi includono tutte le attività economiche il cui output non è un prodotto fisico o un manufatto, bensì un prodotto che viene generalmente consumato nel momento stesso in cui viene prodotto e fornisce del valore aggiunto in forme



(comodità, divertimento, tempestività, comfort o benessere) che risultano sostanzialmente intangibili al primo acquirente». (Quinn, Baruch e Paquette, 1987).

«Un servizio è qualsiasi attività o vantaggio che una parte può scambiare con un'altra, la cui natura sia essenzialmente intangibile e non implichi la proprietà di alcunché. La sua produzione può essere legata o meno a un prodotto fisico» (Kotler e Bloom, 1988).

«Un servizio è un'attività o una serie di attività di natura più o meno intangibile che normalmente, ma non necessariamente, ha luogo nell'interazione tra cliente e impiegato e/o risorse fisiche o prodotti e/o sistemi del fornitore del servizio, che vengono forniti come soluzioni ai problemi dei clienti» (Grönroos, 1990).

Il servizio si distingue per quattro caratteristiche, le quali lo differenziano in maniera netta dai beni materiali: **intangibili-**

Attualità

tà, inseparabilità, eterogeneità e deperibilità.

Intangibilità: a differenza dei beni materiali, i servizi sono azioni e prestazioni che non presentano caratteristiche visive, gustative, tattili, uditive o olfattive che sia possibile verificare prima di usufruirne. Da ciò deriva la difficoltà di valutare i servizi prima dell'acquisto. Essi consistono in un'esperienza per il fruitore, il quale ne darà una valutazione più soggettiva che oggettiva.

Inseparabilità: intesa come la simultaneità tra la generazione/produzione del servizio e il suo consumo. Per la maggior parte dei servizi di ristorazione, affinché la transazione abbia luogo, è necessaria la contemporanea presenza del fornitore del servizio e del consumatore.

Eterogeneità: interpretata come variabilità nella qualità dell'erogazione del servizio. La loro qualità dipende da chi li fornisce, da quando e da dove vengono forniti. I servizi sono prodotti e consumati contemporaneamente, il che rende difficile il controllo sulla qualità. Lo stretto contatto tra il fornitore del servizio e il cliente comporta che la qualità del servizio dipenda non solo dalle competenze del fornitore ma anche dal suo stato psico-fisico al momento della prestazione. L'eterogeneità delle aspettative dei clienti porta alla variabilità della percezione della qualità del servizio ricevuto, clienti diversi esigono servizi diversi.

Deperibilità: significa che i servizi non possono essere conservati, immagazzinati, per essere venduti in un momento successivo a quello della loro produzione, o restituiti se imperfetti. **Un posto al ristorante non venduto oggi** (inteso come l'arco di tempo durante il quale è disponibile un posto a tavola) è un posto/ricavo perso. Infatti, se questo non è occupato per un determinato periodo di tempo (che può essere un servizio oppure una parte del servizio, nelle attività dove vengono rimpiazzati posti), il posto stesso



deperisce così come accade per un posto non venduto sull'aereo o per una camera d'albergo non occupata per una certa notte. Quando un consumatore usufruisce di un servizio, vive in realtà un'esperienza, creata dalla prestazione di quel determinato servizio. Il modello di erogazione del servizio (*servuction model*, Langeard ed Eiglier, 1987) mostra i diversi elementi dell'esperienza del servizio, come i consumatori interagiscono con la parte visibile del sistema e con gli altri consumatori e il modo in cui tale esperienza viene creata nella sua totalità. Il termine *servuction* (*service + production*) fu coniato per sintetizzare la descrizione del sistema di produzione dei servizi.

Il modello divide l'impresa di servizi in due parti distinte ed interrelate: la parte non visibile (per esempio, la cucina) e la parte visibile al cliente (per esempio, la sala di un ristorante).

A sua volta, la parte visibile si suddivide in due parti: l'ambiente fisico, nel quale avviene la prestazione del servizio, e il personale di contatto che effettua il servizio. Inoltre, il modello indica come l'insieme di benefici del servizio ricevuto dal cliente A che sta usufruendo del servizio, è influenzato anche dal cliente B, che in quel momento si trova nello stesso ambiente fisico, poiché generalmente i servizi sono resi simultaneamente a più consumatori.

Per fare un esempio pratico, i clienti di un ristorante possono vedere compromessa la loro

esperienza se altri clienti dello stesso ristorante schiamazzano o si comportano maleducatamente; al contrario, possono ricavare un'impresione favorevole del servizio ricevuto se hanno consumato il pasto seduti accanto a una persona interessante o sono stati coinvolti in una stimolante conversazione. L'insieme di benefici del servizio ricevuto dal cliente proviene da un processo e da un'esperienza interattiva. La parte visibile dell'impresa viene sostenuta da quella invisibile, che assicura la produzione del supporto fisico; inoltre i benefici risentono della modalità nella quale i clienti interagiscono fra di loro

e con il personale di servizio. Il modello ostenta l'inseparabilità del personale di contatto e del cliente dal sistema di erogazione del servizio.

Il processo di produzione del servizio implica la presenza dei seguenti elementi:

- **il supporto fisico fornito dalla parte invisibile dell'impresa, necessario all'erogazione del servizio (per esempio, le pietanze preparate in cucina);**

- **il personale a contatto con i clienti (gli operatori di sala);**

- **il beneficiario del servizio, il cliente;**

Quest'ultimo è parte integrante del sistema di servizio; è

uno dei protagonisti ed è allo stesso tempo produttore e consumatore.

Definire il concetto del servizio, analizzare le sue caratteristiche ed esaminare il modello dell'erogazione del servizio ci sarà utile per osservare:

1. come è evoluto il **processo decisionale e il comportamento d'acquisto del cliente;**

2. come si deve **emancipare la figura dell'operatore di sala per rispondere alle nuove esigenze emerse.**

da: Italia a Tavola

Italia a Tavola
NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE

TUTTI I VINI CAMPANI (o quasi)

Vuoi inserire vini campani particolari
sulla tua carta dei vini?

Greco, Fiano, Biancolella, Falanghina, Coda di

Volpe, Aglianico, Primitivo, Piediroso, ecc.

Consegniamo anche piccole quantità
per ristoranti e privati.

Prezzi da grossista.

Contatta Diodato Buonora

dbuonora@libero.it

329 724 2207



Le nuove professioni del vino



di *Antonello Maietta*
Presidente Nazionale A.I.S. -
Associazione Italiana Sommelier

Da parecchi anni si assiste, non solo in Italia, a un costante aumento degli appassionati di vino. Il motivo più plausibile è da ricercare nel fatto che al semplice apprezzamento di un prodotto si affianca il desiderio di approfondire l'aspetto culturale che vi è sotteso, ampliando le proprie conoscenze. Così, nel mondo enologico sono comparsi nuovi professionisti, in grado di intercettare e soddisfare i desideri dei consumatori della nostra epoca.

Le figure del maître e del sommelier godono da sempre di un'elevata considerazione nell'ambito della ristorazione: dotati entrambi di competenze diversificate, in funzione del contesto lavorativo, sono in grado di spaziare dagli acquisti alla gestione della cantina, dalla redazione del menu e della carta dei vini al servizio di sala. Non è un caso che, grazie alla loro formazione e alla loro versatilità, oggi li troviamo impegnati anche in altre attività, sempre attenti alla cura del cliente. Il

luogo più affine al ristorante è l'enoteca, dove anche il cliente che possiede una conoscenza adeguata del vino ricerca i preziosi suggerimenti di un esperto, con cui stabilisce un rapporto di fiducia.

C'è poi il wine buyer, un professionista che si occupa degli acquisti per conto di ristoranti o alberghi. Deve possedere una solida conoscenza di mercati e contratti, tuttavia una pregressa esperienza a contatto diretto con il pubblico si rivelerà di grande aiuto. Altrettanto ricercato è il wine ambassador, un esperto che in genere rappresenta una o più cantine, soprattutto all'estero, con il compito di aprir loro la strada a nuovi mercati, in cui assicurare una presenza stabile. Deve essere in grado di trasmettere i valori, i progetti e le caratteristiche aziendali, come pure deve possedere solide competenze di marketing e di networking, attraverso una fitta rete di relazioni, e soprattutto conoscere le lingue straniere.

Ancora più specifica è la figura del wine hunter, il "cac-

ciatore di vini", che si occupa di scoprire e selezionare vini pregiati o quelli che lasciano presagire una crescita di valore nel tempo. Opera in particolare modo per una clientela facoltosa, per enoteche d'élite, case d'asta e collezionisti privati.

Infine, la crescente attenzione nei confronti del turismo enogastronomico richiede a sua volta operatori specifici. Questo tipo di turismo risponde al desiderio di conoscere nuovi luoghi, di riavvicinarsi alle tradizioni della tavola, intese come oasi di genuina ruralità, e di arricchire il proprio bagaglio culturale. Per accogliere questa clientela occorre conoscere l'enogastronomia del territorio, parlare le lingue, avere padronanza di quality management, promozione turistica, sicurezza e tutela alimentare.

Questa breve carrellata di nuove professioni ci consente di ribadire, pur con tutte le difficoltà quotidiane, il privilegio che abbiamo nell'operare in questo settore così affascinante e variegato.



APPRODO RESORT THALASSO SPA

Scegli la tua esperienza di
BENESSERE

Via Porto, 84048 - Casteliabate (SA)
Tel:0974 966001 | info@lapprodo.it
www.approdothalassospa.com

SEGUICI SU



CILENTO

Il “Caffè dell’Amicizia” di Claudio Recchia

L’associazione Hospes, che raggruppa gli ex allievi dell’Istituto Alberghiero Erminio Maggi di Stresa, periodicamente pubblica sul suo sito la rubrica “Il Caffè dell’Amicizia”, dove invitano i soci a raccontarsi. Lo scorso 7 maggio l’associazione Hospes ha invitato il “nostro” Claudio Recchia.

Al Caffè dell’Amicizia, ci viene a trovare **Claudio Recchia**, “allievo di ieri” della nostra Scuola Alberghiera, socio Hospes e Cancelliere dell’Ordine dei Grandi Maestri della ristorazione nell’Associazione dei Maîtres Italiani di Ristoranti e Alberghi (A.M.I.R.A). Ecco cosa ci racconta di sé:

“Sono stato studente nel biennio 1975/1977 e oggi occupo la posizione di Responsabile della ristorazione dell’hotel Relais & Chateaux Villa Principe Leopoldo di Lugano. Ancora oggi, quando penso alla Scuola di Stresa, ritrovo ricordi indelebili e provo delle emozioni fortissime. Nei miei quarantasette anni di carriera non ho dimenticato da dove sono partito e quanto sia stata per me fondamentale e formativa la scuola. Ho lavorato in diversi alberghi di prestigio in Italia, Francia, Inghilterra, Germania e Svizzera dove ho potuto mettere a frutto tutti gli insegnamenti ricevuti negli



Il Cancelliere dei Grandi Maestri della Ristorazione, Claudio Recchia

anni scolastici. La fortuna di aver potuto acquisire culture e lingue di diversi paesi e la loro enogastronomia ed enologia mi hanno arricchito non solo come professionista, ma anche come uomo. In seno all’associazione A.M.I.R.A. ricopro la carica di Cancelliere dell’ordine dei Grandi Maestri, una responsabilità di grande prestigio a livello nazionale e internazio-

nale. Nel corso della mia carriera ho partecipato a diversi concorsi nazionali e internazionali, cercando di portare lustro alla Ristorazione Italiana (nel 1995 ha anche partecipato alla popolare trasmissione “Numeri Uno” condotta da Pippo Baudo – N.d.S). Oggi sono un convinto fautore di voi, nuova generazione, con la quale già nel mio ambito lavorativo mi confronto quotidianamente.”

Tre consigli che daresti agli studenti e alle studentesse che hanno deciso di intraprendere il cammino per diventare Responsabile di sala ristorante:

- Il primo consiglio che mi sento di dare agli allievi che frequentano la Scuola di Stresa è di apprendere tutto quello che i loro docenti con tanta professionalità e passione cercano quotidianamente di insegnare loro. Tutto quello che butteranno nella loro personale “valigia” è importante e, con il passare degli anni, capiranno quanto sia stato utile frequentare un istituto al-

berghiero così blasonato;

- Il secondo consiglio: finita la scuola, cercare di fare più esperienze possibili all'estero, grazie alle quali, oltre ad avere l'opportunità d'imparare le lingue straniere, sarete in grado di crescere professionalmente e culturalmente;

- Il terzo consiglio è quello di mettere passione e ambizione nel lavoro che farete. Scegliere di restare nell'hotellerie comporta sacrifici enormi, tuttavia ricompensati da altrettante soddisfazioni.

Ti ricordi un aneddoto legato a quando frequentavi la scuola?

Correva l'anno 1976 ed ero convinto che sarei partito per la stagione al Grand Hotel Lido di Venezia insieme ad alcuni miei compagni; un pomeriggio, agli inizi di maggio, sono stato convocato in presidenza dall'allora Direttore Albano Mainardi, il quale, con poche parole concise, mi ha comunicato la mia nuova destinazione per la stagione estiva: il Grand Hotel Royal di Deauville in Normandia. Sono rimasto stupito, senza parole; sono sceso in biblioteca (attuale Sala Mainardi) dal dott. Signora, amareggiato, e mi sono confidato con lui, il quale con un sorriso paterno mi ha detto: - "Ma non sei contento? Guarda che ti sta premiando e dovresti essere contento di questa opportunità". Dopo qualche tempo, ho capito quanto im-



La scuola alberghiera di Stresa

portante sia stato il professor Albano Mainardi nella mia vita, unitamente agli insegnamenti dei professori Alberto Gozzi e Franco Filippini.

Ti è mai successo qualcosa di particolare in un servizio?

Un bel giorno d'estate ho ricevuto dal Primo Concierge Scognamillo Massimiliano, del Grand Hotel Villa D'Este di Cernobbio, una riservazione a nome "Jonshon" per un tavolo molto riservato. All'arrivo dell'ospite mi sono accorto subito che tale "Mr. Jonshon" non era altri che il famoso attore Robert De Niro. Naturalmente lo abbiamo accolto con la discrezione che ci viene da sempre riconosciuta nella nostra azienda; dopo i primi convenevoli, il sig. De Niro mi ha chiesto cortesemente di far visitare le cucine alla propria figliola, in quanto la piccola era appassiona-

ta di cucina. Dopo averle fatto visitare la cucina, mi sono fatto dare una giacca e un cappello da cuoco, di un nostro apprendista, e li ho fatti indossare alla bambina; vestita così abbiamo portato insieme le prime pietanze richieste da loro al tavolo. Il sig. De Niro è stato entusiasta della sorpresa e mi ha fatto diverse domande, anche private, e alla fine, quando si è alzato dal tavolo, mi ha chiesto di fare una foto con lui, per ricordarsi quei bellissimi momenti passati alla Villa Principe Leopoldo.

Puoi indicarci un lato positivo ed un lato negativo di come si è evoluta la ristorazione da quando ha iniziato a lavorare ad oggi?

Il lato positivo è che oggi, grazie alla tecnologia, abbiamo la possibilità di avere informazioni anche professionali in tempo reale;

Attualità

inoltre, è migliorato anche l'aspetto operativo: tutti cambiamenti positivi. Il lato negativo è che purtroppo alcune tecniche di ristorazione, anche grazie all'evoluzione della cucina, non vengono più effettuate per via di costi, efficienza e redditività.

Come cambierà di nuovo la ristorazione?

Sono sicuro che nei prossimi anni ci sarà un cambiamento che ci farà tornare indietro; cioè si ritornerà a ricercare quello che era il classico servizio dei grandi ristoranti. Il fattore umano è imprescindibile e sarà sempre quello che in qualsiasi ristorante del mondo farà la differenza. Un ristorante che si avvale della collaborazione di professionisti del servizio sarà sempre all'avanguardia.

Un aspetto del servizio di sala che per te è intramontabile.

Saper accogliere gli ospiti con un sorriso e saperli emozionare: è un aspetto imprescindibile del nostro lavoro. Regalare emozioni rimane per noi come l'ossigeno che respiriamo.

Se penso alla mia vita professionale, non posso



Verbania Notizie

fare a meno di...

... di pensare a quanto io sia stato fortunato a fare un lavoro che adoro. Ecco perché ci tengo a ringraziare soprattutto mia moglie Franca e le mie figlie Elisa e Sabrina che, con il loro fondamentale contributo, mi hanno sostenuto nella mia carriera professionale. Inoltre, ringrazio la Scuola di Stresa, fondamento d'insegnamento e per ultimo, ma non "ultimo", mio fratello maggiore Pierangelo Recchia, anche lui ex-allievo di Stresa.

Claudio ci saluta, ma lo rivedremo presto perché sarà relatore (insieme

a Valerio Beltrami) nel workshop dedicato alle nuove tendenze della ristorazione, ultimo incontro previsto dal progetto Lifelong Learning...non si finisce mai di imparare. Non perdetevi l'appuntamento che sarà "dal vivo" per chi potrà raggiungerci all'Hotel Ristorante Giardinetto di Pettenasco, posti ancora disponibili!

"Grazie al Presidente Hospes Riccardo Fava Camillo e tutti i Consiglieri, per il loro impegno in Hospes e per l'opportunità datami."

**...grazie a te, Claudio!
Evviva Hospes!**



In sala e dietro al bancone bisogna sapere come vendere



di Valerio Beltrami

Il cliente non può provare prima i prodotti, dovrà fidarsi della presentazione che gli viene fornita. È fondamentale per il professionista conoscere piatti, drink e specialità, proponendoli in maniera accattivante

Nell'ultimo articolo ho parlato di come ricevere l'ospite (cliente) nel nostro locale, dando alcuni consigli partendo dalle conoscenze acquisite nei miei anni di esperienza nel settore alberghiero. Tutti girano attorno al concetto principe: "l'arte del non farsi dimenticare". Ma altresì importante è la tecnica di vendita, il saper vendere. Sì, perché quando siamo dietro al banco di un bar o in sala al ristorante possiamo definirci venditori a tutti gli effetti, e per essere bravi in questo non possiamo non seguire determinate regole di base.

Al bar e ristorante, vendere non è forzare, ma rendere accattivante il prodotto

Avere una buona tecnica di vendita non significa trovare il modo affinché il consumatore che desidera un caffè cambi idea e scelga un cognac, oppure da un'insalata passi ad un pasto completo. Non bisogna, quindi, **forzare la vendita**. Questo strumento "promozionale", infatti, deve essere usato con molta **cautela**, altrimenti si rischia di perdere l'ospite. Se al contrario si agirà con **intuito** ed



empatia, il cliente seguirà i vostri consigli.

Da tenere presente che la vendita di prodotti al bar (nel caso venga ordinato un cocktail) o di piatti al ristorante è penalizzata rispetto ad altre: l'ospite non potrà vedere o assaggiare i prodotti prima di ordinare, non potrà far altro che fidarsi, saranno quindi i vostri consigli, le vostre raccomandazioni e il vostro modo di esprimervi a guidarlo nella scelta.

Nessuna difficoltà per il personale nel caso si stia lavorando ad un **banchetto**: menu e bevande sono già stabiliti. Diverso il caso in cui il cliente è libero di scegliere tra molte proposte disponibili.

Per **stimolare l'interesse** dell'ospite per prima cosa è bene conoscere nel dettaglio l'offerta completa di cucina e bar, solo

così si è in grado di consigliare con competenza, stimolare chi si ha di fronte, fargli venire "l'acquolina in bocca". L'ospite non ha alternative se non fidarsi delle descrizioni che gli vengono fatte: più saranno complete e alettanti, maggiore sarà il desiderio di gustare quanto proposto.

Basta poco per fare la differenza, anche nel presentare un piatto

Per esempio, c'è differenza tra presentare un piatto dicendo «Oggi proponiamo un filetto in salsa avorio con patate» rispetto a qualcosa di più articolato come «Oggi lo chef propone un tenerissimo filetto di manzo saltato in padella, guarnito con una lamella di tartufo e una salsina alla senape, accompagnato da croccanti patatine aromatizzate al timo». Sicuramente la seconda descrizione riuscirà a trasmettere un'immagine più accattivante del piatto, oltre a dare un'idea della preparazione. Inoltre, ricordatevi di essere sempre al corrente dei **prodotti esauriti**, delle **specialità** da proporre e della composizione e dei modi di preparazione dei vari piatti.

Da: Italia a Tavola

EasyCassa: massima tecnologia, minimo sforzo, tutto incluso!



www.easycassa.it | info@easycassa.it

La cassa che aiuta il tuo locale

EasyCassa è l'innovativo sistema di cassa telematico con Lotteria degli Scontrini che ti dà incredibili vantaggi con un unico abbonamento mensile. Hai incluso anche un lettore ottico per i codici lotteria, la fatturazione elettronica senza limiti, il portale cloud per analisi, l'app per gestire comande su qualsiasi smartphone Android. In più hai il supporto tecnico compreso nell'abbonamento.

EasyCassa
SisalPay

Perché si utilizzano i tappi di sughero per chiudere le bottiglie di vino?



di *Luca Stroppa*

Tra le varie tipologie di tappi per il vino, quelli in sughero sono i più classici e, ad oggi, i più utilizzati nonostante la lenta, ma costante diffusione e affermazione dei tappi a vite e dei tappi artificiali o sintetici. Basti pensare che, in Italia, l'88% circa delle bottiglie da vino sono chiuse con un tappo in sughero.

Al di là del dibattito, sempre più imperante, tra i sostenitori del sughero e i suoi detrattori, nel nostro articolo vedremo quali sono le proprietà di questa tipologia di tappi e quali sono i suoi vantaggi, quelli che, nel XVIII secolo, hanno spinto Pierre Dom Pérignon a puntare su questo materiale.

Tappo in sughero: proprietà e vantaggi

Il sughero è un materiale che si ricava dalla corteccia della quercia da sughero o sughera, una pianta sempreverde molto diffusa nei Paesi del Mediterraneo occidentale, Spagna e Portogallo, Francia e Italia, Marocco, Algeria e Tunisia. In particolare, è il Portogallo il principale produttore mondiale di sughero. Per quanto riguarda il nostro Paese, gran parte della produzione si concentra in Sardegna.

Il sughero è usato in moltissimi ambiti. Oltre che per la produzione di tappi per il vino,



Corteccia di quercia da sughero

va ricordato il suo impiego in edilizia per la fabbricazione di pannelli isolanti, per pavimenti e muri, nel settore dell'arredamento e del design, in quello della produzione di solette e di solesuole per le scarpe, nell'automotive e in molti altri. Di seguito, vediamo quelle proprietà del sughero che lo rendono adatto per la produzione di tappi. Considera che

le caratteristiche che ti presentiamo sono strettamente legate tra loro e insieme determinano la propensione di questo tipo di materiale per i tappi da vino.

Impermeabilità

Il sughero è impermeabile ai liquidi. Una proprietà indispensabile, quasi scontata, per un tappo di una bottiglia destinata a contenere un fluido. Essendo impenetrabile, il sughero impedisce la fuoriuscita del vino.

Questa caratteristica è dovuta alla presenza di suberina, una sostanza organica, costituita da una miscela di acidi carbossilici saturi e insaturi, presente nella membrana cellulare del sughero, con proprietà idrorepellen-



Quercia da sughero

Cultura del sommelier

ti.

L'impermeabilità del sughero, oltre a prevenire spiacevoli fuoriuscite, favorisce la corretta conservazione del vino. Come ben sai, la posizione ideale per conservare una bottiglia di vino con questa tipologia di tappo è quella orizzontale. Grazie all'impermeabilità del sughero, anche se stesa su un lato, la bottiglia non perde il nettare, ma soprattutto garantisce una perfetta evoluzione del liquido.

Ma a questo punto dobbiamo introdurre una seconda proprietà del sughero ...

Elasticità

Un'altra proprietà fondamentale che rende il sughero un materiale adatto alla produzione di tappi per il vino è l'elasticità, ovvero la sua capacità di deformarsi. Nello specifico, grazie a tale proprietà, il sughero è in grado di adattarsi e di aderire al collo della bottiglia, contribuendo all'impermeabilità del tappo stesso.

L'idea che una bottiglia con tappo in sughero debba essere conservata in posizione orizzontale è volta proprio a preservare l'elasticità del materiale. A contatto con il liquido il tappo rimane umido, non si secca e non si riduce, mantenendo la sua capacità di deformarsi. Questa proprietà ha enormi benefici per l'evoluzione del vino ed è strettamente connessa ad un'altra, decisiva, caratteristica del sughero: l'ermeticità (non totale).

Ermeticità (non totale)

In precedenza, abbiamo visto come il sughero sia impermeabile ai liquidi, tale da non consentire il passaggio e la fuoriuscita del vino. Tale ermeticità può essere riferita, in parte, anche alle sostanze gassose. In parte, perché, in realtà, il tappo in sughero è leggermente permeabile all'aria e una minima percentuale di ossigeno riesce comunque a filtrare.

Se gli scambi gassosi fra bottiglia e ambiente esterno non sono controllati, si hanno effetti negativi sul vino. Se, invece, tali scambi sono ridotti al minimo, si hanno effetti positivi sull'evoluzione del nettare e delle sue proprietà organolettiche. Con il tappo in sughero, tale scambio è graduale e molto ma molto lento, per cui il nettare beneficia della micro-ossigenazione, considerata, da molti, essenziale, soprattutto



Diversi tappi di sughero

per i vini da lungo invecchiamento.

Durabilità

Il sughero è un materiale organico durevole, capace di conservare le sue caratteristiche e le sue proprietà per lungo tempo. I più longevi anche per oltre 20 anni. Il consiglio di conservare le bottiglie in posizione orizzontale andrebbe comunque seguito per evitare spiacevoli inconvenienti.

Sostenibilità

Il sughero è un materiale naturale, riciclabile al 100%, sostenibile e rinnovabile. Considera che il tronco della quercia da sughero è in grado di rigenerare la sua corteccia per ben 16 volte nell'arco della sua vita, che a sua volta è piuttosto lunga, dato che si aggira attorno ai 200 anni.

Ma attenzione, il sughero ha bisogno di tempo per rigenerarsi. Non può dunque essere considerato inesauribile. Se a ciò si aggiunge l'incremento della domanda di tappi dovuta alla costante crescita della produzione di vino, è chiaro che nuove alternative, nuovi materiali e nuove tipologie di tappi da vino si stanno affermando e stanno minacciando un primato che il sughero, ad ora, continua comunque a conservare ...

Da: wineshop.it



Scansano, la patria del “Morellino”



a cura di *Adriano Guerri*

Il Morellino di Scansano è una perla enologica incastonata tra il Monte Amiata e la costa Tirrenica, il cui nome deriva da un'antica leggenda, secondo la quale, dalla vicina città di Grosseto venivano famiglie in carrozza sulle colline intorno al borgo di Scansano per acquistare il già noto vino rosso della zona. Le carrozze erano trainate da cavalli neri detti “morelli”, da qui ha l'origine il nome Morellino di Scansano. L'elevata qualità di questo vino è dovuta soprattutto a un microclima ideale ed il suolo ricco di minerali, calce e argilla, con galestro e alberese e l'influsso marino della costa. Questo eccellente vino rosso, prodotto nella zona DOCG, deve essere ottenuto, secondo il disciplinare, con un minimo di 85% Sangiovese. Al completamento possono essere utilizzati nella misura massima del 15%: Alicante, Ciliegio, Colorino, Malvasia Nera, Canaiolo, Montepulciano, Merlot, Syrah, Cabernet Franc e Cabernet Sauvignon. Tuttavia, molti produttori lo ottengono con Sangiovese in purezza. Nelle migliori annate viene prodotto anche in versione Riserva. I comuni ove viene prodotto il Morellino, oltre a Scansano che gli dona il nome, sono parte dei comuni di Campagnatico, Grosseto, Magliano in Toscana, Manciano, Roccalbegna e Semproniano. La Doc è nata nel 1978, sarà poi il 2007 l'anno in cui arriva la meritatissima Docg. Il Morellino di Scansano ha vissuto un periodo di grande successo alla fine dello scorso millennio. Il territorio è di invidiabile bellezza. La vecchia palude è stata bonificata ed oltre a campi seminativi, si trovano molti vigneti, curati come giardini. Un lembo di terra in provincia di Grosseto dove, oltre alla



I vigneti della Tenuta Ghiaccio Forte

denominazione di cui vi sto descrivendo, hanno origine anche altri vini sia bianchi che rossi. A tavola è il compagno ideale di molte preparazioni culinarie locali. In funzione alla tipologia e all'annata si può trovare senza ombra di dubbio l'abbinamento giusto, predilige comunque carni rosse, soprattutto cucinate alla griglia. Molti produttori di vino, già conosciuti in altri areali, hanno investito e dato vita ad aziende a Scansano e dintorni. Tra i più conosciuti ci sono: Fattoria delle Pupille, Terenzi, Tenuta Ghiaccio Forte, Doga delle Clavule, Erik Banti, Celestina Fè, Col di Bacche, Fattoria Mantellassi, Roccapesta e Morisfarms. L'attuale Presidente del Consorzio del Morellino di Scansano è Bernardo Guicciardini Calamai. Ogni anno a Scansano si svolge la kermesse enoica “Rosso Morellino”, alla quale ho partecipato le ultime edizioni. Un motivo plausibile per approfondire questo stupendo areale.

I vini d'Israele, le radici bibliche della viticoltura



di Rodolfo Introzzi

Numerose sono le testimonianze sui vini prodotti in Terra Santa nei secoli. Il primo miracolo di Gesù, ad esempio, fu di convertire 150 galloni di acqua in ottimo vino a un matrimonio a Cana di Galilea. La Bibbia contiene numerosi riferimenti al frutto della vite sia nel Vecchio che nel Nuovo Testamento. Da Noè che piantò una vigna a Gesù, il vino è parte integrante della storia ebraica e continua a trovare il suo posto in entrambe le feste tradizionali, ma anche nella cultura quotidiana. Oggi, in Israele, oltre a venti cantine primarie, ve ne sono oltre 120 di piccole dimensioni. I nomi più importanti sono: Carmel Winery, la prima a essere edificata nel 1890 dal lungimirante Baron Edmond de Rothschild dello Château Lafite, Golan Heights Winery, Yarden, Barken, Domaine du Castel, Efrat e Galil Mountain.

Poche le uve autoctone di rilievo. Quelle bianche sono: Dabouki, Hamdani o Marawi e Jandali. Per i rossi Bittuni, più presenti quelli internazionali: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Syrah, Merlot, Zinfandel e il Pinot Noir. Varietà di vino bianco sono: Chardonnay, Sauvignon Blanc, Gewürztraminer e Ri-



Vigneto israeliano

esling.

Cinque le regioni viticole israeliane anche se non ufficialmente riconosciute:

Galilea (Galil) è la regione più settentrionale, si estende verso sud dal confine libanese.

Colline della Giudea comprende le città di Betlemme e Gerusalemme. Le notti sono fresche, qui si trova il Domain Castel e Efrat.

Shimshon (Samson) è la regione più coltivata di Israele, con quasi il 40% della produzione nazionale.

Negev a sud fra le più aride, posta alle porte del deserto. Popolare in tempi biblici per la viticoltura.

Shomron (Samaria) è la più estesa per la coltivazione della vite. Dal clima mediterraneo con estati calde e freddi inverni.

Tutti vini da Israele sono Kosher? No, ma la stragrande maggioranza lo sono. **"Kosher"** significa **"in forma o**

corretto". I vini, per essere ritenuti tali, sono realizzati con stretta aderenza alle regole ebraiche, interpretazioni del Vecchio Testamento. La vite è privata dei germogli per i primi tre anni e darà frutti a partire solo dal quarto anno. Da quel momento, il vino potrà essere prodotto solo ogni sette anni. A fine torchiatura viene celebrata una cerimonia durante la quale si disperde l'1% del vino prodotto per simboleggiare la quota anticamente versata al tempio di Gerusalemme. Ogni operazione è manuale e ogni spostamento del mosto/vino deve essere eseguito da ebrei osservanti che collegheranno i tubi necessari e attiveranno pompe, valvole e raccordi su indicazione del tecnico di cantina. Ogni eventuale operazione eseguita da altri comprometterebbe l'intera vasca di produzione; per evitare intromissioni, è necessario quindi sigillare con due segni in alto ed in basso con piombi e firma. Ci sarà una "K" (per Kosher) o un "OU" (per ortodossi dell'Unione) sulla bottiglia di vino. Un altro termine che è associato con i vini Kosher è "mevushal"- questo termine si riferisce a un vino che è stato pastorizzato e poi potrà essere gestito da qualcuno che non è ebreo.

Il Gran Maestro Enzo D'Adamo si racconta...



Rubrica a cura di *Claudio Recchia, Cancelliere dell'Ordine dei Grandi Maestri della Ristorazione*

Continua la rubrica del Cancelliere Claudio Recchia con i maestri che vogliono "raccontarsi". L'appuntamento di questo numero è con Enzo D'Adamo della sezione Napoli.

1 - Ci puoi raccontare in breve la tua carriera?

La mia formazione culturale e professionale inizia nel 1972 presso la Scuola Alberghiera di Sorrento e successivamente presso l'Istituto Alberghiero di Ottaviano conseguendo il diploma di maturità in "Tecnico delle attività alberghiere". Ultimato gli studi ho svolto lo stage in Inghilterra presso il Metropole Hotel di Brighthelm e il Grand Hotel di Park Lane di Londra. Negli anni successivi ho prestato servizi in numerosi Hotel di 5 stelle in Svizzera alternando stagioni estive e invernali, consolidando le conoscenze delle tecniche di servizio e della lingua tedesca e francese. Ho poi deciso di arricchire la mia carriera professionale in America prestando servizio per diversi anni sulle navi da crociera di lusso. Tornato in Italia ho presta-



Il Gran Maestro Enzo D'Adamo

to servizio con la qualifica di Primo Maître in diversi Hotels di Roma tra cui il Grand Hotel Ambasciatori e il Marriott Grand Hotel Flora di via Veneto, alternando delle stagioni invernali al Grand Hotel Royal Sporting di Cortina d'Ampezzo.

2 - Da quanti anni fai parte di questa grande famiglia chiamata A. M. I. R. A.?

Faccio parte della grande famiglia A.M.I.R.A. dall'ottobre del 1985.

3 - Che cosa significa per te appartenere

all'A.M.I.R.A.?

Appartenere all'A.M.I.R.A. significa, per me, fare parte di un'importante famiglia che ti offre meravigliose possibilità di allargare gli orizzonti e creare nuove amicizie associative. Se ti trovi in Piemonte o in Sicilia puoi sempre contare su tante persone dal sorriso grande e sincero, con il piacere di stare insieme nel condividere i valori della professione, del confrontarsi e di rivedersi nell'esperienza dell'altro.

4 - Cosa distingue un Maître professionista?

Il maître professionista si distingue per il senso del dovere e per il rispetto dei colleghi, si distingue per la capacità di leadership e per le notevoli doti comunicative e relazionali, in fine si distingue per l'ospitalità all'insegna del sorriso, della raffinatezza, del gusto e della classe.

5 - Ci potresti raccontare un aneddoto che hai vissuto nella tua brillante carriera?

Tra i tantissimi ho scelto quello che ho intitolato "la forza del flambé". Nel 1997

Il Maestro

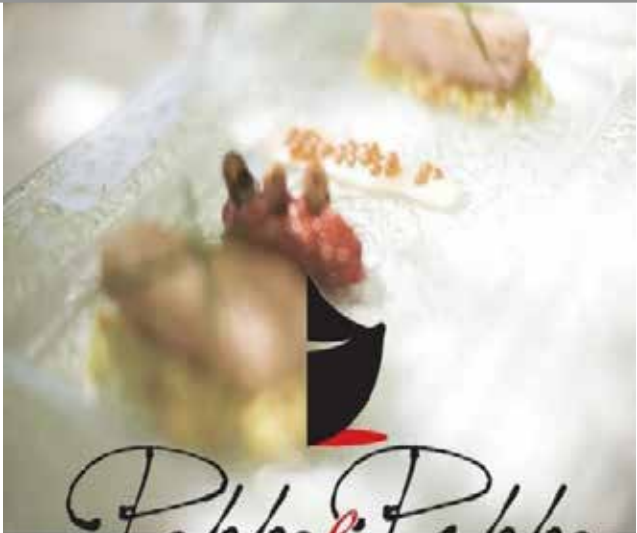
ero primo Maître all' Holiday Inn St. Peter's a Roma. Si presentò, per la seconda volta, una coppia di fidanzati alla quale avevo già illustrato numerose soluzioni di menù e mostrate diverse sale per il lieto evento. Lui era un Ambasciatore accreditato presso la Santa Sede ed era un personaggio molto esigente. Mentre illustravo i particolari dei menù che avevo suggerito, i due vengono attratti da un collaboratore che stava fiammeggiando alla lampada nel ristorante. Visto il loro interesse e stupore, dispongo che vengono preparate fragole per due con tutti gli ingredienti della ricetta che avevo in mente. Siccome ci trovavamo al bar, i miei collaboratori mi portarono il guerdon con la lampada e sorprendendoli realizzai con rapidità la mia personale ricetta fiammeggiando con un cognac e senza farli scomodare dal posto in cui erano seduti. A fine esecuzione, composti i piatti, dispongo due fragole a forma di cuoricino e in abbinamento un passito che sapevo piacesse alla signora. Nel ringraziarmi per la graditissima sorpresa, versarono la caparra confirmatoria senza più chiedermi nulla ma dandomi piena fiducia nell'organizzazione del loro evento che si svolse con ospiti del corpo diplomatico e alti prelati del Vaticano. Ecco, la forza del "flambé" vince su ogni incertezza.

6 - Che consiglio daresti ad un giovane cameriere che ha deciso di intraprendere la nostra carriera?

Vorrei prima condividere un ricordo su un consiglio che mi diede Mr. Bill Marriott, Presidente esecutivo di "Marriott International", nel 1999, durante l'apertura del primo Marriott Hotel in Italia a Roma in Via Veneto. Mi disse: "Enzo tu sei il responsabile della ristorazione, ti affido questo primo Marriott in Italia. La cosa più importante che ti trasmetto, su cui ho fondato il mio impero e che ci ha contraddistinti dagli altri, è di "take care of the details". Ecco, questo suggerimento vorrei condividere con i futuri Maître e giovani aspiranti: aver cura dei particolari e non sentirsi dipendenti e meri esecutori ma parte inte-

grante, responsabili in prima persona delle strutture dove operano.

Oggi le strutture ricettive richiedono competenze trasversali a 360 gradi e management skills. Per questo non bisogna mai fermare la formazione e l'aggiornamento ma mettersi continuamente in discussione, credere in ciò che si fa e avere sempre fame di sapere. La competenza, la bravura e il talento non sempre sono sufficienti, bisogna imparare ad essere tenaci e perseveranti e avere umiltà. Se si sta bene in un posto di lavoro non è il compenso che fa la differenza, ma le persone con cui interagisci in sinergia e che ti possono arricchire professionalmente. La nostra attività operativa giornaliera ci presenta il conto di continui sacrifici, privazioni e orari estenuanti, ma anche innumerevoli appagamenti. È contemporaneamente affascinante per la costante ricerca della perfezione, ma anche stimolante per la sua assoluta varietà e dinamicità, poiché ogni giorno è diverso dall'altro, rendendo la professione del Maître unica.



Pappa e Poppa
HOSTARIA

Via Indipendenza, 113 -
Palinuro (SA)
cell. 339 3760020

BABA' RE®

TOPPING

Nelle macedonie per esaltare la naturale dolcezza della frutta



GHIACCIATO

Servito freddo come simpatico dopo pasto

TOPPING

Come topping su determinati dolci per esaltarne il gusto in un mix straordinario

TOPPING

Servito ghiacciato come topping per arricchire l'aroma dei gelati creando un'esplosione di gusto

NEL CAFFE



Per aggiungere una nota dolce e conferire al caffè un sapore unico e originale

IL NUOVO
LIQUORE
DELLA
TRADIZIONE
NAPOLETANA

Il babà è insieme tradizione napoletana e gusto, il concentrato perfetto di morbidezza e golosità. Soffice e con una tempera unica, **Babà Re**, liquore alla crema di rum e pezzi di babà, richiama istintivamente l'essenza di una terra forte ma dal cuore dolce. Le materie prime utilizzate di eccellente qualità, contribuiscono a rendere il nostro prodotto sinonimo di originalità e unicità.

seguici su:  Terre pompeiane / Babà Re  babare_official / terre_pompeiane

Prodotto e distribuito da Noenemy S.r.l. - 80045 Pompei (Na)
tel. +39 081 862 33 54 / info@terrepompeiane.it / terrepompeiane.it

Il Lazio



di Michele Policelli

5. Il Lazio

1. *Burrata di bufala**
2. *Cacio di Genazzano**
3. *Cacio fiore**
4. *Cacio magno (semplice e alle erbe)**
5. *Caciocavallo di bufala (semplice e affumicata)**
6. *Caciocavallo di Supino**
7. *Caciocavallo vaccino (semplice e affumicato)**
8. *Cacioricotta di bufala**
9. *Caciotta dei Monti della Laga**
10. *Caciotta della Sabina (semplice e alle erbe)**
11. *Caciotta di bufala (Pontina)**
12. *Caciotta di mucca**
13. *Caciotta di vacca ciociara (semplice ed aromatizzata)**
14. *Caciotta genuina romana**
15. *Caciotta mista ai bronzi**
16. *Caciotta mista della Tuscia**
17. *Caciotta mista ovi-vaccina del Lazio**
18. *Caciottina di bufala di Amaseno (semplice e aromatizzata)**
19. *Caprino presamico (di latte vaccino) di Supino*
20. *Ciambella di Morolo**
21. *Conciato di San Vittore**
22. *Fiordilatte dell'Agro Pontino*
23. *Formaggio e caciotta di pecora sott'olio**
24. *Formaggio di capra**
25. *Gran cacio di Morolo**
26. *Marzolino e/o Marzolina**
27. *Pecorino (viterbese, ciociaro)**
28. *Pecorino ai bronzi**
29. *Pecorino dei Monti della Laga**
30. *Pecorino della Sabina (semplice e alle erbe)**
31. *Pecorino di Amatrice**
32. *Pecorino di Ferentino**
33. *Pecorino in grotta del viterbese**
34. *Pressato a mano**
35. *Provola di bufala (semplice e affumicata)**
36. *Provola di vacca (semplice e affumicata)**
37. *Provolone vaccino**
38. *Scamorza appassita - Cacetto di Supino*
39. *Scamorza vaccina (semplice e ripiena)**
40. *Squarquaglione dei Monti Lepini**
41. *Stracchino di capra**

* Deroga alle norme igienico sanitarie



Alla scoperta dei nostri formaggi

Allegato 1 elenco PAT 2020 Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/15132>

156	Mozzarella di Bufala Campana	D.O.P.	Formaggi	Reg. CE n. 1107 del 12.06.96 Reg. CE n. 103 del 04.02.08	GUCE L 148 del 21.06.96 GUCE L 31 del 05.02.08	Campania, Lazio, Molise, Puglia	Benevento, Caserta, Napoli, Salerno, Frosinone, Latina, Roma, Foggia, Isernia
189	Pecorino di Picinisco	D.O.P.	Formaggi	Reg. UE n. 1161 del 07.11.13	GUUE L 309 del 19.11.13	Lazio	Frosinone
190	Pecorino Romano	D.O.P.	Formaggi	Reg. CE n. 1107 del 12.06.96 Reg. CE n. 1030 del 29.10.09	GUCE L 148 del 21.06.96 GUCE L 283 del 30.10.09	Toscana, Lazio, Sardegna	Frosinone, Grosseto, Latina, Roma, Viterbo, Cagliari, Nuoro, Sassari
193	Pecorino Toscano	D.O.P.	Formaggi	Reg. CE n. 1263 del 01.07.96 Reg. UE n. 306 del 14.04.10 Reg. UE n. 905 del 10.06.15	GUCE L 163 del 02.07.96 GUUE L 94 del 15.04.10 GUUE L 148 del 13.06.15	Toscana, Umbria, Lazio	Arezzo, Firenze, Grosseto, Siena, Livorno, Lucca, Massa Carrara, Pistoia, Pisa, Viterbo, Terni
235	Ricotta di Bufala Campana	D.O.P.	Altri prodotti di origine animale	Reg. UE n. 634 del 19.07.10	GUUE L 186 del 20.07.10	Campania, Lazio, Molise, Puglia	Benevento, Caserta, Napoli, Salerno, Frosinone, Latina, Roma, Foggia, Isernia
236	Ricotta Romana	D.O.P.	Altri prodotti di origine animale	Reg. CE n. 737 del 13.05.05 Reg. UE n. 1192 del 16.12.10 Rettifica	GUCE L 122 del 14.05.05 GUUE L 333 del 17.12.10 GUUE L 341 del 22.12.11	Lazio	Roma, Frosinone, Viterbo, Latina, Rieti

Elenco delle denominazioni italiane, iscritte nel Registro delle denominazioni di origine protette, delle indicazioni geografiche protette e delle specialità tradizionali garantite (Regolamento UE n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012) (aggiornato al 27 luglio 2020).



Nel presentare il Lazio come una regione d'Italia forse non gli riconosceremmo la sua importanza storica; conosciuta e riconosciuta come culla della civiltà, popoli e culture diverse hanno arricchito questa regione e l'Italia intera di tradizioni che hanno contribuito a rendere l'Italia un Paese unico.

Osservando il territorio possiamo dire che al nord troviamo la Toscana "maremma" con molte somiglianze produttive con la Sardegna, guardando verso Est troviamo i pastori umbri che con la loro cultura norcina ci hanno lasciato la conoscenza della carbonara, mentre Amatrice ed una parte dell'Abruzzo con l'utilizzo del guanciale e

cacio hanno fatto la storia, non sono da meno la vicina Molise ed a sud la Campania. Inoltre, nella zona della Ciociaria troviamo ancora piccole realtà che, grazie alla transumanza e le tipicità, fanno parlare di loro.

Pecorino di Picinisco



Il "Pecorino di Picinisco" DOP è un formaggio a pasta cruda che si produce esclusivamente da latte crudo, dall'utilizzo di caglio in pasta di agnello o capretto e senza aggiunta di fermenti lattici.

Il caglio in pasta proveniente da agnelli o capretti, alimentati solo con latte materno e macel-

Alla scoperta dei nostri formaggi

lati dopo l'allattamento, rafforza ulteriormente la componente aromatica e microbiologica apportata dall'ambiente di allevamento e di trasformazione. La storicità del prodotto Pecorino di Picinisco è testimoniata dal ritrovamento di una serie di scritti (Castrucci del '600, la Statistica Murattiana del 1811), il formaggio "Pecorino di Picinisco" DOP, immesso al consumo nelle tipologie "Scamosciato" e "Stagionato", può essere prodotto tutto l'anno.

Pecorino Romano

<https://www.pecorinoromano.com/>



Come si evince dal disciplinare:

La lavorazione del Pecorino Romano, limitata alle regioni del Lazio, della Sardegna e alla provincia di Grosseto in Toscana, è un formaggio a pasta dura, cotta, prodotto con latte fresco di pecora, intero, proveniente esclusivamente dagli allevamenti della zona di produzione, eventualmente inoculato con colture naturali di fermenti lattici autoctoni dell'area di produzione e coagulato con caglio di agnello in

pasta proveniente esclusivamente da animali allevati nella medesima zona di produzione. Si presenta con una crosta sottile di colore avorio chiaro o paglierino naturale, talora cappata con appositi protettivi per alimenti di colore neutro o nero.

La pasta del formaggio è compatta o leggermente occhiate e il suo colore può variare dal bianco al paglierino più o meno intenso, in rapporto alle condizioni tecniche di produzione.

Il gusto del formaggio è aromatico, lievemente piccante e sapido nel formaggio da tavola, piccante intenso nel formaggio da grattugia.

Le forme sono cilindriche a facce piane, con un'altezza dello scalzo compresa fra i 25 e i 40 cm e il diametro del piatto fra i 25 e i 35 cm. Il peso delle forme può variare tra i 20 e i 35 kg; queste riportano impresso su tutto lo scalzo il marchio all'origine (un rombo con angoli arrotondati e contenente al suo interno la testa stilizzata di una pecora) con la dicitura Pecorino Romano.

Il Pecorino Romano può essere immesso in commercio con una stagionatura minima di 5 mesi come formaggio da tavola e di 8 mesi nella tipologia da grattugia.

Ricotta Romana

<http://www.consorzioricotta-romana.it/>

Il riconoscimento della DOP risale al 13 maggio del 2005. Il logo che la rende riconoscibile ed identificabile, riporta una testa di ovino compresa



tra due "R", una rossa e l'altra gialla. Nel logo è presente anche la scritta "RICOTTA ROMANA".

I punti di forza del Consorzio:

1. Il latte di pecora intero, da cui deriva il siero, deve essere prodotto e raccolto presso aziende agricole del Lazio certificate.
2. L'alimentazione delle pecore è costituita da foraggi di pascoli naturali, prati pascoli ed erbai del territorio della regione Lazio.
3. Il caseificio di produzione deve essere situato nella regione Lazio e deve essere certificato.
4. Le procedure di produzione vietano l'uso di: latte congelato, prodotti chimici e l'aggiunta di grassi (ad es. la crema di latte).
5. La Ricotta Romana, oltre ad essere consumata come pietanza a sé, trova largo uso come ingrediente di piatti e dolci tradizionali.



La Lombardia ha fatto la storia della nostra birra artigianale



Rubrica a cura di *Marisa Conte*

Andiamo a scoprire la Lombardia brassicola con alcune realtà che hanno fatto la storia della birra artigianale italiana.

BIRRIFICIO ITALIANO - Limido Comasco (CO)



*Agostino Arioli
del Birrificio Italiano*

La prima tappa non può che essere uno dei birrifici storici che ha contribuito alla nascita del movimento della birra artigianale italiana. Agostino Arioli, birraio e titolare di Birrificio Italiano, è infatti conosciuto come uno dei pionieri che nel lontano 1996 decise di realizzare il suo sogno aprendo un BrewPub in un'epoca in cui in Italia non esisteva il concetto di birra artigianale e di qualità. Nonostante le prime difficoltà nel guidare il bevitore ad apprezzare e capire un prodotto che si presentava completamente diverso da quello che da sempre era abituato ad avere nel bicchiere, gli

sforzi di Agostino (e dei pochi che come lui all'epoca combattevano la stessa battaglia) non sono stati vani. Dalla passione di questi pionieri nasce, infatti, un vero e proprio movimento che ha preso piede rapidamente in Italia: la birra diventa cultura, nascono associazioni per la tutela dei produttori, partono corsi di formazione e di degustazione, si inizia a scoprire un mondo che va ben oltre la "bionda ghiacciata" a cui si era abituati.

Attualmente Birrificio Italiano rimane uno dei capisaldi della birra artigianale italiana. Alla linea classica, perlopiù di ispirazione tedesca, sono state affiancate delle novità che abbracciano diversi stili e seguono l'evolversi del movimento. Un pezzo di storia che vale la pena visitare.

Dove: Via Guglielmo Marconi, 27, 22070 Limido Comasco (CO)

Sito Web: <http://www.birrificio.it/>

BIRRIFICIO LAMBRATE - Milano

Ecco che ci spostiamo da un altro dei capostipiti della birra artigianale italiana.

Il birrificio Lambrate apre i battenti nel 1996 con Giampaolo Sangiorgi, Davide Sangiorgi



*Giampaolo Sangiorgi
del Birrificio Lambrate*

e Fabio Brocca. Nel 1997 apre il loro locale nel quartiere di Lambrate che riscosse un immediato successo. Da allora il birrificio, partito come un treno, non si è mai più fermato. La famiglia si allarga, l'impianto anche, le produzioni aumentano e la gente inizia ad apprezzare sempre di più il prodotto "birra artigianale".

Nonostante gli anni dall'apertura, Birrificio Lambrate rimane tra le realtà più esplosive e dinamiche in Italia. Le birre prodotte sono tantissime e sempre moderne, capaci di seguire l'evolversi del movimento e spesso anche di indirizzarlo, tanto che il loro locale storico in via Adelchi è considerato dagli appassionati una delle tappe da fare almeno una volta nella vita. Nel 2012, visti i successi ottenuti, apre una nuova sede del pub Lambrate in via Gol-

Storie di birra

gi, anche questa subito presa d'assalto. Alla base del successo, probabilmente, è l'energia che mettono nel loro lavoro, la capacità di offrire sempre delle novità e di sorprendere il bevitore. Infatti, oltre ad una linea di birre fisse, la loro produzione di birre speciali cambia continuamente ogni anno e vede spesso collaborazioni con altri birrifici o one shot. Per scoprirle tutte, non ci resta che visitare uno dei loro pub.

Dove: Via Gaetano Sbodio, 30/1, 20134 Milano MI

Pub :

- Birrificio Lambrate Adelchi: Via Adelchi, 5, 20131 Milano MI

- Birrificio Lambrate Golgi: Via Camillo Golgi, 60, 20133 Milano MI

Sito Web: <http://birrificiolambrate.com/>

BIRRIFICIO RURALE - Desio (MB)



I Soci del Birrificio Rurale

Andiamo a conoscere una delle prime realtà nata dai primi fermenti (è proprio il caso di dirlo) del movimento della birra artigianale italiana. Lorenzo Guarino, Silvio Coppelli, Beppe Serafini, Marco Caccia e Stefano Carnelli bazzicavano con re-

golarità il Birrificio Italiano e le lezioni di mastro birraio Agostino Arioli. È così che dopo qualche anno di homebrewing, nel 2009, i cinque amici decidono di fondare il marchio Birrificio Rurale con Lorenzo alla guida della sala cotta. Negli anni il birrificio ha visto una grande crescita dal punto di vista strutturale quanto in quello produttivo. Alle birre della linea base, rappresentate dalle birre del "debutto" per le quali il birrificio è tuttora conosciuto, è stata affiancata la linea delle speciali in cui sono presenti le birre nate da sperimentazione e dalla ricerca di materie prime intriganti per ottenere prodotti unici. A queste è stata affiancata la linea in lattina e la linea Simphonia che nasce dalle lavorazioni di White Hops a fermentazione pseudo spontanea impiegando un mix di lieviti e batteri coltivato in birrificio. Non resta che visitare questa fantastica realtà e provare tutte le produzioni al bancone della loro taproom.

Dove: Via del Commercio, 2, 20832 Desio (MB)

Sito Web: <https://www.birrificiorurale.it/>

BIRRIFICIO MENARESTA - Carate Brianza (MB)



Lo staff del Birrificio Menaresta

Ci spostiamo a Carate Brianza dove nel 2007 con Enrico Dosoli, da sempre appassionato di birra, nasce il Birrificio Menaresta. Negli anni il birrificio ha visto un'evoluzione e una crescita continua anche grazie all'ampliarsi della famiglia che attualmente si avvale di diversi collaboratori, tra cui il birraio Oscar Mancin che collabora nella produzione. Le produzioni di Menaresta abbracciano diverse filosofie: da un lato la volontà di creare birre classiche ma di carattere ha dato vita ad una serie di produzioni ispirate agli stili tradizionali, dall'altro la voglia di sperimentare ha dato il via a una linea di birre barricate e a fermentazione spontanea. In linea di massima la produzione è divisa in 3 linee: le CREATIVE, definite dal birraio stesso come birre quindi non catalogabili in uno stile, da cui emerge sempre un elemento particolare e fuori dal comune; le SPECIALI che comprende la gamma delle IPA, ma anche trappiste, rauch, saison, imperial stout; le BARRICATE immediatamente riconoscibili, sotto il marchio CAUTION BARRICATION AREA. Dal 2019 il birrificio è anche produttore di sidro con marchio SIDRERIA FORMENTI in partnership con Marco Colzani, enologo, produttore artigianale di succhi. Al birrificio è annessa una taproom, il luogo perfetto dove degustare le loro produzioni.

Dove: Piazza Risorgimento, 1, 20841 Carate Brianza (MB)

Sito Web: <https://www.birrificiomenaresta.com/>



**CHEF
CRISTIAN
TORSIELLO.**

PAESTUM, CILENTO, SUD-ITALY.



WWW.OSTERIAARBUSTICO.IT

Per saperne di più

I colori a tavola (2^a parte)



di Valentina Iatesta

Anche nel marketing la psicologia dei colori ha acquisito un ruolo fondamentale e le aziende si affidano ad essa per la creazione del proprio brand.

Le corsie dei supermercati hanno tutte una predominanza di colore per i diversi settori: colori freddi per i detersivi e i prodotti per l'igiene, colori caldi per le zone con prodotti alimentari. Nulla è messo lì a caso, tutto è minuziosamente studiato per catturare l'attenzione del cliente.

Un'elevata percentuale di consumatori ha dichiarato che il colore è l'elemento principale che veicola un acquisto, mentre una più bassa percentuale afferma che la sensazione fisica - e quindi il tatto - l'udito e l'olfatto rappresentano fattori importanti per la scelta di un prodotto.

I colori richiamano l'attenzione dei consumatori, comunicano, creano identità durevoli e sono scelti accuratamente per la loro influenza emotiva. Le aziende creano il loro brand tenendo principalmente in considerazione due cose: il contesto in cui si sta lavorando e la psicologia dei colori.

Ad esempio, gli stimoli che



in generale esercita il colore giallo sull'uomo sono associati al piacere, all'allegria, all'energia psicofisica. In rapporto al cibo questo colore invita al benessere, aumenta la sensazione di golosità ed induce al senso di sazietà. Nel marketing viene impiegato soprattutto per pubblicizzare prodotti per l'infanzia, proprio grazie all'allegria che trasmette.

L'arancione è considerato dalle teorie orientali il colore del sole, in quanto stimola a livello inconscio l'entusiasmo, la sinergia fisica e mentale, la felicità,

la creatività, il buonumore. Come stimolo percettivo induce al senso di appetito misurato e al senso di convivialità e quindi al consumo di pasti insieme ad altre persone. Questo colore nel marketing viene usato per rendere più invitanti quei prodotti che hanno un prezzo alto, poiché psicologicamente li fa sembrare più convenienti.

Il colore rosso è universalmente conosciuto come il colore dell'energia, della passione e della sensualità. In alcuni studi scientifici è stato provato che stimola l'appetito e che una tavola



addobbata di rosso permette di digerire e assimilare al meglio il cibo. È il colore più usato nei fast food, infatti richiama la velocità con cui verrà servito il pasto.

Il verde è in generale associato alla natura e alla vita, alla freschezza, all'armonia con il prossimo, alla speranza, alla pace, all'equilibrio ed inoltre favorisce la calma e la concentrazione. A livello inconscio, i cibi verdi sono dei buoni sedativi per il sistema nervoso, in quanto aiutano a combattere il cattivo umore e rallentano la capacità di assumere pasti velocemente. Il verde, oltre ad essere considerato il colore del benessere e del relax, ispira fiducia ed è per questo che lo ritroviamo spesso nell'ambito bancario e delle consulenze. Visto il suo legame con la terra, nel settore alimentare, lo si trova spesso sui prodotti bio-

logici e sostenibili.

Spesso si ha difficoltà a mangiare alimenti di colore blu-viola, colori che vengono sfruttati per la produzione di pillole che aiutano a ridurre l'appetito. Una questione a parte riguarda le stoviglie di questo colore che, secondo alcuni ricercatori, renderebbero più appetitose le pietanze servite al loro interno, addirittura di più rispetto ai cibi serviti su piatti bianchi. Nel marketing il viola lo si ritrova soprattutto sui marchi dei giochi per bambini o comunque sui prodotti per l'infanzia perché è un colore che evoca fantasia, creatività, magia. L'azzurro viene usato molto sulle confezioni dei medicinali poiché evoca sonnolenza e pacatezza.

Il bianco è il colore che trasmette per antonomasia la purezza, la libertà, la sincerità. Nel settore alimentare induce al pensiero di cibi sani e leggeri che ci aiutano a mantenere la linea oltre che a bruciare i grassi.

Il nero è il colore dell'ele-



ganza, del mistero, della formalità, anche se tendenzialmente è associato alla negatività. A livello inconscio ci spinge alla fame, ci tenta golosamente, comunicando un vero e proprio senso di evasione.

Il rosa invece comunica tenerezza, morbidezza e affettuosità. Molti prodotti dolciari vengono pubblicizzati con le varie tonalità del rosa in quanto è un colore che fa subito pensare alla dolcezza.



Vuoi collaborare con
“Ristorazione & Ospitalità”
la rivista digitale dell'AMIRA?

Scrivi a: dbuonora@libero.it

Cell: 3297242207

La carne di pollo vs la carne di tacchino: un bel pareggio



Rubrica a cura del *dott. Giovanni Favuzzi*

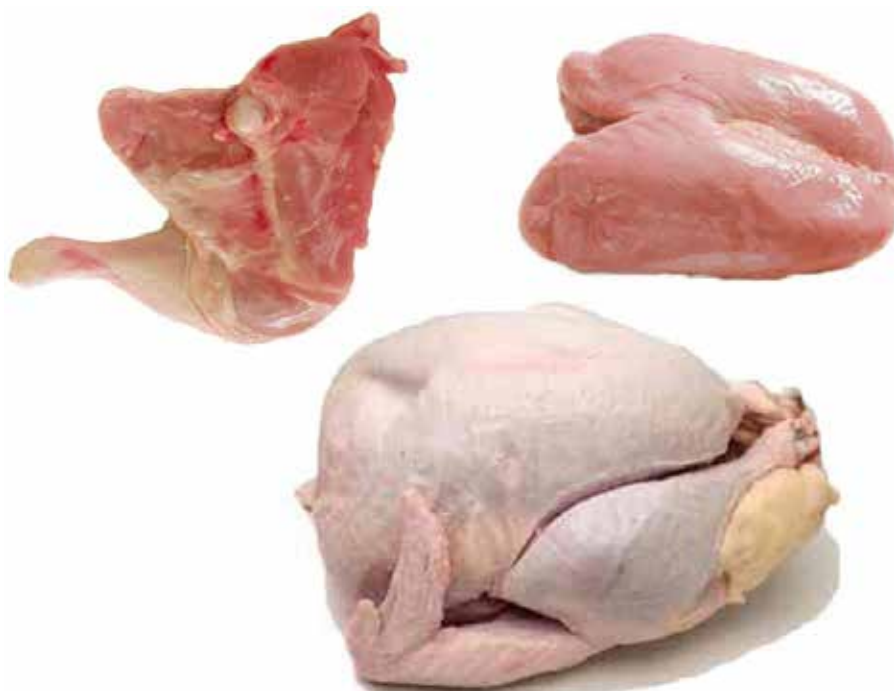
Quali sono i valori nutrizionali?

Dal punto di vista nutrizionale, non sembrano esistere significative differenze tra le carni di pollo e tacchino. Entrambi questi tipi di carne contengono ottime quantità di vitamine del gruppo B e importanti sali minerali. Buona anche la riserva di ferro, fosforo e zinco, mentre basse sono le calorie e il colesterolo. L'unica differenza riscontrabile a livello nutrizionale tra pollo e tacchino è che quest'ultimo è un po' più calorico.

È consigliato il consumo della carne di pollo e di tacchino?

Il consumo di pollo e tacchino si tradurrebbe in considerevoli benefici per la salute umana. Questo regime alimentare porterebbe infatti ad una diminuzione del rischio di contrarre malattie cardiovascolari e di sviluppare alcune patologie tumorali.

Esistono delle differen-



ze tra la carne di pollo e quella di tacchino?

Spostando ora il focus sulla tipologia di allevamento di polli e tacchini, qualche ulteriore distinguo si può fare. Il tacchino, infatti, grazie alla minore possibilità di essere soggetto ad allevamenti di tipo intensivo, rispetto al pollo, presenta un minor livello di allergenicità. Questo significa anche che i polli potrebbero essere pure più esposti ad abusi farmacologici. Non

è quindi un caso se, tra i prodotti da agricoltura-allevamento di tipo biologico, sia proprio la carne di pollo quella di maggior successo commerciale. Da quanto detto, via libera dunque alla carne di pollo o tacchino, con una cadenza di due - tre volte alla settimana, ma attenzione ai sistemi di cottura. Bene la cottura al forno, alla griglia, o al vapore, senza però mai esagerare con olio e condimenti vari.

Coda di aragosta flambée al calvados



Rubrica a cura di *Alessandro Dini*

Finalmente arriva l'estate. Dopo una primavera "fresca" ci addentriamo nella stagione dei bagni al mare, lunghe passeggiate montane, praticamente ci sono le vacanze. Mai come quest'anno si ha voglia di libertà, sembrerebbe che siano finiti i tempi delle regioni "colorate" e dei coprifuochi. La gente ha veramente voglia di sconfiggere questo virus che tanto ci ha condizionato. Lo dimostra la volontà favorevole con cui ci si è avvicinati al vaccino, sia giovani che anziani, e come abbiamo mantenuto, in modo lo-devole, il rispetto delle regole. In questo periodo, dopo tante sofferenze, s'iniziano a progettare le vacanze. Le attività turistiche fervono per le riaperture e si percepisce un clima consapevole di ottimismo. Con questo entusiasmo, anche le nostre strutture stagionali alberghiere iniziano a popolarsi, ci si organizza a nuove assunzioni ed il mercato riparte. Per la ricetta di questo mese ho pensato ad un piatto di crostacei da elaborare alla "lampada". Coda di Aragosta Flambée al Calvados, un delicato e delizioso intrigo di aromi che deliziano il palato. Facciamo preparare in cucina due aragoste di media pezzatura, le decapitiamo, le spacchiamo a metà e le scottiamo in court bouillon per 4 minuti.



In una padella facciamo fondere del burro con due spicchi di aglio interi. Una volta ben aromatizzato il burro, togliamo l'aglio e vi passiamo le code di aragosta rosolandole per bene da ambo i lati, regolando di sale e pepe. Fiammeggiamo con Calvados di ottima marca, togliamo le aragoste e le teniamo al caldo. Aggiungiamo in padella della crema fresca ed un po' di fumetto d'aragosta, ottenuto bollendo le teste. Addensiamo la salsa unendo altro calvados, reinseriamo i crostacei, scaldando il tutto per 3 minuti. Terminiamo il piatto con erba cipollina tritata. In accompagnamento possiamo servire una julienne di peperoni verdi, gialli e rossi grigliati oppure delle verdure tornite bollite. Questa fantastica

preparazione, che ha come interprete la "Regina del Mare", è adatta sia per una cena importante che per ogni occasione. L'abilità del maître e la qualità dei prodotti ne fanno la differenza. Come vino, oltre all'intramontabile Champagne, vi consiglio una bollicina prodotta in Italia, il Franciacorta Brut Saten Bellavista, uno chardonnay in purezza che non ha niente da invidiare al "collega" francese. È un vino fresco, intenso, nitido ed elegante. Con i suoi profumi di verbena, lime, crosta di pane e note di fiori rosa, si distingue per il suo gusto elegante, cremoso e morbido. Di colore giallo paglierino con riflessi dorati, risulta un compagno adatto per questo straordinario secondo piatto.

The Unforgettable IBA Cocktail... "Aviation"



a cura di **Fabio Pinto**
Tesoriere Nazionale Aibes

Gli anni eroici di grande successo dell'aviazione sono stati sicuramente i primi venti dello scorso secolo:

- Louis Bleriot sorvola per primo La Manica.

- Reinhold Boehm riesce a volare per 24 ore consecutive.

- Francesco Baracca, italiano, vola con il suo caccia biplano modello "SPAD S. XIII".

Nel cuore della Prima Guerra Mondiale, colpito dal fenomeno aeronautico del periodo, il famoso bartender Hugo R. Ensslin dell'Hotel Wallick di Times Square a New York, nel 1916 crea il cocktail l'Aviation e lo inserisce nel suo volume "Recipes for mixed drinks", dedicandolo ai pionieri dell'aviazione. Il volume rimase nella storia come l'ultimo ricettario pubblicato e presentato nelle librerie americane prima del proibizionismo.

La ricetta originaria di Ensslin prevede gin, succo di limone, Maraschino e alcune gocce di Creme de Violette. Il drink, recita il testo, va shakerato e servito in bicchiere martini ghiacciato. Questa ricetta è stata ripresa soltanto negli ultimi anni dagli esperti americani Regan e Wondrich, perché fino ad allora il riferimento è stato Il Savoy Cocktail Book di Harry Craddock degli anni dove l'Aviation prevedeva succo di

"Aviation":
45 ml Gin
15 ml Liquore Maraschino
15 ml Succo di limone fresco
1 Bar Spoon di Creme de Violette

Una ciliegina al Maraschino risulta essere la garnish facoltativa del drink.

Raffreddare bene una coppetta da cocktail riponendola in congelatore o riempiendola di ghiaccio a cubi e una piccola parte di acqua. Raffreddare bene uno Shaker con del ghiaccio a cubetti facendolo girare vigorosamente con Bar Spoon ed eliminare l'acqua formata, filtrando con Strainer.

Versare tutti gli ingredienti nello Shaker ormai ben freddo e shake-rare fino a diluizione desiderata. Liberare la coppetta dal ghiaccio



di raffreddamento eliminando accuratamente tutte le eventuali rimanenze di acqua.

Versare il drink appena shakerato filtrando con Strainer e aggiungere facoltativamente la garnish come da ricetta.

limone, Dry Gin e Liquore Maraschino, servito in coppetta da cocktail con ciliegina al Maraschino facoltativa.

La motivazione della mancanza di Creme de Violette nella ricetta rimane ignota, ma probabilmente la scarsa reperibilità e la poca diffusione del prodotto indussero Craddock all'omissione di quella che invece oggi è la caratteristica tonalità violetta.

La Crema di Violetta è un liquore naturale ottenuto da

fiori selvatici di violetta, molto noti quelli delle Alpi, e una base spirituale neutra. Considerata l'antesignano dei liquori Parfait Amour e Creme Yvette, entrambi però decisamente diversi con aromi di vaniglia e agrumi, pertanto sostituire la Creme de Violette con il Parfait Amour ci assicurerà soltanto un effetto cromatico molto simile, ma le sensazioni aromatiche che percepiremo saranno completamente diverse.

Creartistic

PRODUZIONE PENTOLE IN RAME

Artigiani del rame dal 1988



Per informazioni e ordini:
Giovannangelo Pappagallo
+39 335 5814 480
[**pappaljon@libero.it**](mailto:pappaljon@libero.it)

Via Nazionale, 24
38087 Sella Giudicarie
(Trento)

Responsabile Commerciale
Angelo Insogna

Il “Biroldo”, gustoso sanguinaccio dalla Toscana



a cura di *Marco Contursi*

Fa parte dell'antica famiglia dei sanguinacci, ossia i salumi poveri che hanno nel sangue uno dei loro ingredienti principali. Figlio di un tempo lontano, in cui regnava una povertà assoluta e finanche il sangue doveva essere utilizzato. Il Biroldo è prodotto nella Media Valle del Serchio, in provincia di Lucca, in quella zona chiamata Garfagnana, tanto cara al poeta Giovanni Pascoli, che vi si stabilì con la sorella Maria. Terra ricca di castagne e ogni famiglia allevava all'aperto due/tre maiali che pascolavano nutrendosi del prezioso frutto, oltre che di ghiande e di funghi. Per realizzarlo si utilizza la testa del maiale che si fa bollire per tre ore, la si disossa accuratamente e si unisce quindi del sangue, aggiungendo poi, cuore, lingua e le spezie: sale, pepe, noce moscata, chiodi di garofano, coriandolo, cannella e anice stellato. Manualmente avviene l'insaccatura nella vescica o nello stomaco del maiale che è poi cucito, dando la forma di una pagnotta



Il Biroldo

e posto a bollire per ancora tre ore nel brodo dove precedentemente è stata cotta la carne. Il Biroldo viene quindi posto sopra un ripiano e lasciato raffreddare all'aria per far colare via gran parte del grasso. Il salume è privo di conservanti, stabilizzanti del colore e addensanti e si consuma freddo, tagliato al coltello a strisce e accompagnato dal tipico pane di patate della zona o dalla polenta di necio fatta con la farina di castagne, che mitigano con la loro dolcezza il sapore ematico del salume che, tuttavia, è meno forte rispetto ad

altri preparati simili a base di sangue. La Garfagnana è una zona della Toscana di straniante bellezza, con paesaggi mozzafiato, fitti castagneti e rocche medievali. La tradizione norcina locale prevede anche il prosciutto bazzone, il lardo alle erbe, la mortadella di Cardoso da abbinare ad un corposo bicchiere di vino rosso. Il biroldo, come pure il prosciutto bazzone, oggi è tutelato dall'istituzione di un Presidio Slow Food che ne tutela la tradizionale tecnologia di produzione e lo fa conoscere agli appassionati di tutta Italia.

Ristorazione & Ospitalità di giugno 1991



a cura di *Diodato Buonora*

Siamo arrivati al 7° appuntamento con le nostre riviste di 30 anni fa che sta piacendo a molti soci e non soci, giovani e meno giovani, ai quali interessa la storia della nostra Amira. Sulla copertina della rivista "Anno XV - N°5 - Maggio1991" troviamo la foto di Chianciano, sede del Congresso Amira del 1991.

Questo numero è composto da 56 pagine, di cui 29 di pubblicità!!! 11 sezioni collaboravano con una loro pagina che aveva come sponsor soci ristoratori o "amici" della produzione: Calabria, Bologna, Sanremo, Viterbo, Napoli, Puglia, Romagna, Piemonte, Brescia, Abruzzo e Taormina; 2 ristoranti avevano una pagina intera (Il Brigantino di Barletta e la Vecchia Bari di Bari); 3 locali avevano ½ pagina (Zeffirino a Genova, Concordia Notte e Antonio's Restaurant a Londra); 15 locali e ristoranti avevano un piccolo spazio; 8 aziende vinicole, sempre con una pagina intera: Bolla, Montresor, Bersano, Ruffino, Gancia, Tenuta di Angoris, Bertani e Libecchio; 2 cantine erano presenti con ½ pagina, Principi Pallavicini e Leone de Castris; una pagina ognuno, l'avevano Bravi e Frette, abbigliamento professionale per il maître; la lista termina con una pagina per il Consorzio Torrefattori caffè bar e una pagina per pubblicizzare le Terme di Chianciano.

Tra gli articoli interessanti cito:

- **Dal Piemonte, la 5^a Edizione del Premio Orlandi di M.S.P.**
- **Vini e cibi della Basilicata di Enrico Schiavone.**
- **Un Vinitaly Doc per i venticinque**



- **anni della istituzione di Dino Ramacci.**
- **Sulle dolci colline senesi, Montalcino il Brunello e gli altri vini di Pasquale Palma.**
- **Vini di Sicilia di Manlio Giarrizzo.**

Per ricevere il pdf di
Ristorazione & Ospitalità di giugno 1991,
inviare un'email a
dbuonora@libero.it
oppure un whatsapp al
329 724 22 07



L'AUTIN
Vino di tradizione
 SOCIETA' AGRICOLA VITIVINICOLA S.S.

MAURO CAMUSSO
 335.205440
 INFO@L'AUTIN.IT

Cod.Fisc. e P.Iva: 0148430016 www.lautin.it - info@lautin.it

GRAND HOTEL

Royal e Golf
 Courmayeur Mont Blanc

www.hotelroyalgolf.com

TENUTA CANTA

contatti: tel 011 9906982 info@tenutacanta.it




Edizione 2021

La nostra prima serie è composta da 10 video preparazioni con una pubblicazione ogni 10 giorni

I prodotti Piemontesi preparati alla "lampada" e al flambé



Il primo video preparazione del piatto sarà presentato il 15/06/2021.
 Progetto riservato ai soli soci della sezione A. M. I. R. A. di Torino

Visita le nostre pagine Facebook e Instagram

<https://www.facebook.com/amira.ta.92>

<https://instagram.com/amiratorino?igshid=p7k1fad0jo4x>

Berta®

Distillerie Berta SRL
 Fras. Cassalotto - Via Guast 24/36 - 140446 Mosnacuzzo (AT) Italia
 P. IVA 01283390050

Tel. +39 0141.739538 e.s. Fax +39 0141.739531

info@distillerieberta.it - www.distillerieberta.it
 info@relaisvillaprimo.it - www.relaisvillaprimo.it

...elixir dal 1902!

Bernard

Pomaretto (TO) • www.barathier.it

PESCAJA



cuore anim

Il piacere di stare al fianco dei giovani

*...“Voi rappresentate il nostro futuro professionale,
e noi abbiamo il dovere di trasferirvi il nostro sapere”.*



È con queste parole che il nostro Presidente Nazionale, Gran Maestro della Ristorazione Valerio Beltrami, ha voluto salutare tutti i partecipanti al webinar organizzato dalla sezione AMIRA Puglia Bari lo scorso 30 Aprile.

Pensavamo a questa iniziativa da qualche mese, e giorno dopo giorno ha preso forma. Pezzo dopo pezzo, idea dopo idea, siamo arrivati ad un evento di respiro nazionale.

Il nostro è stato un lavoro di squadra che con il coordinamento del nostro Fiduciario Giuseppe D'Elia, coadiuvato dal supporto tecnico del responsabile comunicazione e web della Sezione Vincenzo Albanese, ci ha portato ad ospitare oltre 2000 partecipanti tra docenti ed alunni dei principali Istituti Alberghieri collegati da tutta Italia.

Ad unire tutte le voci, ci

ha pensato il nostro Presidente che, con la passione per la nostra professione e l'amore per la nostra A.M.I.R.A., ha saputo condurci in due ore di esperienze di vita professionale.

Ovviamente non ci siamo fatti mancare nulla, perchè tra i nostri ospiti c'è stato anche il Gran Cancelliere dell'Ordine dei Gran Maestri della Ristorazione Claudio Recchia che, con la sua eleganza e saggezza, ha coinvolto tutti i presenti con l'interessantissimo e professionale intervento dedicato a tutti gli studenti. Molti anche i componenti di Giunta Esecutiva e Fiduciari collegati da tutta l'Italia.

Tante sono state le curiosità e le domande che gli studenti hanno rivolto al nostro Presidente, interessati e motivati a voler condividere con l'A.M.I.R.A. altri incontri non solo in

d.a.d., bensì in presenza, non appena il tutto sarà possibile.

Oltre ai docenti e gli studenti dei vari istituti collegati, abbiamo avuto il piacere di accogliere vari esponenti del mondo della formazione, tra cui il Direttore dell'Istituto di Alta Formazione "Eccelsa" di Alberobello, dottor Nicola Chielli, al quale vanno i nostri complimenti per il suo prestigioso intervento.

Questo per noi è stato il primo grande evento on-line di cui ne siamo orgogliosamente soddisfatti, impegnati fin da ora all'organizzazione di nuovi appuntamenti.

Formarsi per non fermarsi: questa è la nostra mission.

Vincenzo Albanese



*Igor Battistini e il fiduciario Giro Giuliano
con gli allievi del corso flambé*

Corso per i giovani sull'approfondimento dell'arte del flambé

Presso l'istituto Berna di Mestre (VE), una struttura che si dedica da 100 anni alla formazione dei giovani professionisti, si è tenuto il corso di approfondimento sull'arte del flambé tenuta dal prof. Igor Battistin, già Maître d'hotel al Caffè Florian di Venezia e grande cultore di tè, nonché Personal Tea Butler e Coordinatore Nazionale Formazione Lavoro dell'associazione AssoTe&Infusi. Battistin ha voluto portare all'interno del reparto di sala dell'istitu-

to Berna, gestito dalla responsabile Arianna Lenzo, questo corso in cui i ragazzi hanno riscoperto l'arte del flambé insieme a Giro Giuliano, fiduciario dell'associazione AMIRA della sezione di Venezia.

Il corso è stato sviluppato in più incontri durante i quali i ragazzi hanno imparato le basi della cucina flambé, la storia di quest'arte e le varie tipologie di lampade esistenti. Nella parte pratica del corso hanno approfondito i dessert flambati, dalle storiche Crepe

Suzette e le varie tipologie di frutta, fino ad arrivare all'impiattamento dei dessert davanti al cliente ed al loro servizio.

Al termine di questo percorso gli alunni hanno svolto singolarmente un esame sia scritto che pratico e ad ognuno di loro è stato consegnato un attestato dell'AMIRA per il corso svolto. La più meritevole, Eugenia Botezatu, è stata premiata con l'iscrizione all'Amira sezione Venezia dal fiduciario Giro Giuliano in persona.

Coltivare il futuro. Quando l'esperienza si mette al servizio dei giovani

Presso l'Istituto Professionale per i Servizi Alberghieri e della Ristorazione "Luigi Carnacina" di Bardolino, gli alunni delle cinque classi seconde hanno partecipato ad incontri formativi con rappresentanti e professionisti di vari settori di specializzazione che si sono tenuti in video conferenza su piattaforma Google Suite.

Per l'area di sala e vendita, la scuola si è avvalsa della collaborazione preziosa di due esponenti dell'associazione A.M.I.R.A.: il fiduciario Angelo Insogna e il vice fiduciario Calogero Pullara, che hanno condiviso suggerimenti, consigli ed il loro sapere esperto.

La serietà, l'impegno, la passione e la flessibilità per far crescere movimentazione; l'importanza dell'apprendimento permanente; questi i valori guida che sono stati trasmessi dagli esperti Amira con il racconto delle proprie esperienze di vita e professionali.

La cura delle relazioni umane, l'apertura mentale, la capacità di collaborazione e di trovare nell'altro



Calogero Pullara, Angelo Insogna e la professoressa Francesca Di Nardi

una risorsa straordinaria per la formazione: queste le ricette da coltivare.

Messaggi che hanno fatto breccia nei ragazzi, anche se veicolati da uno schermo ed una webcam.

Per la scuola l'interazione ed il collegamento con esponenti del mondo del lavoro e di associazioni di categoria rappresenta uno spazio di confronto molto utile perché consente allo studente di approfondire le sue conoscenze scolastiche.

Ma c'è da dire che molto è stato trasmesso anche dal punto di vista umano: la scelta di dedicare tempo ed attenzioni a chi sta muovendo i primi passi per costruire il proprio percorso professionale. Ancora una volta l'Amira ha dimostrato che ha a cuore il futuro dei giovani.

Si ringrazia il Dirigente Scolastico Eugenio Campara per averci invitati come esperti esterni.

Angelo Insogna

Dal mondo della scuola

Dal chicco al caffè. Torrefazione a scuola. L'esperienza dell'Ipssar di Velletri

In provincia di Roma, tra le bellezze dei Castelli Romani, a Velletri, l'IPSSAR UGO TOGNAZZI esprime la sua attenzione alla programmazione didattica articolando il PTOF in linea con le richieste del territorio ed in ottica sperimentale.

Per volere della Dirigente Scolastica dott.ssa Sandra Tetti, sempre attenta all'evolversi degli indirizzi lavorativi proposti, l'Istituto offre ai propri iscritti aggiornamenti continui per garantire nuove competenze in uscita.

Nel maggio del 2020, in piena emergenza covid, l'Istituto ha articolato incontri con esperti del settore, tramite piattaforma Teams, ed ha avuto come ospite gradito il presidente dell'Associazione AMIRA Valerio Beltrami che ha incantato la platea con aneddoti e consigli per il futuro lavorativo degli allievi. Nell'anno in corso, l'Istituto è riuscito ad avviare i laboratori didattici dai primi mesi e tenerli aperti per tutto l'anno scolastico, introducendo nuovi macchinari ed offrendo corsi di potenziamento al fine di stimolare, aggiornare ed incrementare le conoscenze e le competenze acquisite.

Il dott. Simone Sacchetti, socio AMIRA (sezione Veneto C. E.), docente e responsabile dei laboratori, ha spiegato: "Il



nostro Istituto punta alla qualità dell'insegnamento per permettere agli allievi di acquisire conoscenze, abilità e competenze di livello avanzato. Il merito ed i ringraziamenti vanno alla nostra Dirigente Scolastica che, recependo le richieste del territorio, stimola, trasmette passione e dedizione all'Istituto ed alla comunità scolastica. Dalle aule, tutte dotate di Lim e connessione a banda larga, ai laboratori accessoriati per le attività didattiche al passo con la tradizione e l'innovazione, gli allievi sono accompagnati in un percorso che li

porterà ad essere professionali e preparati. La volontà di inserire, nella didattica, elementi di potenziamento quale la tostatrice professionale e le macchine espresso a leva, parte dal presupposto che il mestiere di sala non è inteso solamente in ottica di servizio, ma di conoscenza della materia, delle attrezzature, capacità di gestione totale del comparto ristorativo in ottica manageriale e dirigenziale. L'obiettivo del nostro Istituto è di dare, ai suoi iscritti, un biglietto da visita ben spendibile nel mercato del lavoro".



A-Z / Dizionarietto per gli addetti al servizio di Sala/Bar (6 / Dotazione di sala, porcellane – Etilometro)

a cura di *Antonino Reginella e Mario Di Cristina*

Nota degli autori: Questo dizionarietto non vuole e non ha la pretesa di insegnare niente a nessuno, vuole soltanto essere una sorta di promemoria per gli addetti al servizio di Sala/Bar. Consigliamo di stamparlo e conservarlo in un raccoglitore.

Dotazioni di sala (porcellane): sono ottenuti da impasti di caolino e argilla posti a cottura fino alla vetrificazione (1400-1500°). Si usano in sala, ma sono anche in caffetteria (tazze e sotto tazze da caffè e da latte e caffè, lattiere, teiere, caffettiere, zuccheriere e bicchi) e in cucina (pirofile, piatti di portata, saliere, ciotole, zuppere, insalatiere, raviere, coppe, tazze e sotto tazze per consommé).

Dotazioni di sala (piatti): le misure possono variare, piatto segnaposto (diametro cm. 28-31), piatto piano (diametro cm 26 circa), piatto fondo, piatto da dessert (diametro circa cm. 21), piattino da pane (diametro circa cm. 16, si pone alla sinistra del coperto per contenere pane, grissini e coltellino spalma burro).

Dotazioni di sala (cristalleria): secondo la categoria del ristorante la cristalleria può essere in cristallo o in vetro. Comprende bicchieri, coppe, bowl, caraffe, brocche, decanter, insalatiere, oliere, formaggiere, portafiori, salini, raviere, seau à glace e quant'altro il ristoratore o il maître convengono essere utile al servizio o all'estetica del ristorante. Il materiale di più largo consumo è rappresentato dai bicchieri.



Dotazioni di sala (bicchieri): possono essere a calice, con gambo e piede o gotti, senza gambo e a bocca larga.

Dotazioni di sala (tipologia di bicchieri): per l'acqua, solitamente è il bicchiere più grande del servizio; per i vini rossi di pregio o invecchiati si usano bicchieri speciali, generalmente più grandi per far ossigenare meglio il vino e per coglierne al meglio i profumi e il bouquet; per lo spumante secco si usa la flûte, per lo spumante dolce la coppa; per vino da dessert tranquillo,

il bicchiere più piccolo del bicchiere da vino; per il cocktail di gamberi si usa la coppetta dentro una coppa.

Dotazioni di sala (posateria e argenteria): la scelta del metallo per questo tipo di dotazione dipende dalla categoria di appartenenza del ristorante e dal gusto del ristoratore. In genere i materiali più usati sono: 1) acciaio inossidabile (lega di ferro e carbonio dallo 0.1 allo 0.5%); 2) alpaca argentato (lega di rame, nichel e zinco con copertura di argento); 3) argento legato con rame per la durezza e la consistenza.

Dotazioni di sala (tipologia di posate): forchette, coltelli e cucchiari grandi; forchette e coltelli da pesce; forchette, coltelli e cucchiari per dessert; posate speciali (forchette per aragosta, forchette per ostriche, forchette per lumache, pinze per aragosta, pinze per lumache, pinze per asparagi).

Dotazioni di sala (uso delle posate): forchetta grande (da sola, per i primi piatti, escluso zuppe e per le omelette, ad eccezione di alcune omelette che vanno servite anche con il mezzo cucchiario); forchetta e coltello grandi per tutti i secondi di carne (per la fiorentina si suole offrire un coltello più tagliente); forchetta e cucchiario grandi (per le posate di servizio); forchetta e coltello da pesce (per gli antipasti di pesce e per i secondi di pesce); forchetta da pesce e cucchiario piccolo (per cocktail di gamberi e per zuppe di frutti di mare sguosciati); forchetta e coltello da pesce più mezzo cucchiario (per le zuppe di pesce); forchetta piccola da sola per contorni; cucchiario piccolo per accompagnare le salse; forchetta piccola e mezzo cucchiario per desserts molli; forchetta piccola e coltello piccolo per antipasti non di pesce e per desserts duri.

Dotazioni di sala (posate particolari): pinze per lumache (va collocata a sinistra del sottopiatto esterna alle forchette); forchetta per lumache a due rebbi (va collocata a destra del sottopiatto); pinza per aragosta (va collocata a sinistra del sottopiatto)



e delle forchette); forchetta per aragosta (va collocata alla destra del sottopiatto e dei coltelli).

Dotazioni di sala (altre dotazioni di metallo): mestoli per zuppa, mestolini per salse, seau à glace, oliere, formaggiere, zuccheriere, salini, raviere, mulini a pepe; sottopiatto e vassoi, porta uovo, conchiglie per uovo all’ostrica e quanto altro può essere ritenuto utile dal maître per il servizio in sala; lattiere, teiere, caffettiere e zuccheriere collocate in caffetteria; piatti di portata, pirofile, cloches, zuppiera, salsiere e insalatiera collocate in cucina.

Dotazioni di sala (attrezzature per il servizio): rechaud (scaldapiatti facente da passe in cucina e rechaud di sala); carrelli per usi diversi (per dessert, per formaggi, per insalate, per bolliti, per vini, per grappe, per olio, etc.); vassoi; cestini per il pane; taglieri (per salmone, per frutta, per carni, etc.); pinza per prosciutto; lampada e padella per flambé; set per fonduta (fornello, pentolino, piatto con scanalature divisorie e forchette lunghe); candelabri.



Dragoncello: pianta erbacea, cespugliosa, aromatica, con fiori a capolino in pannocchie, usata in cucina e in profumeria.

Drink: bevanda.

Dry: secco, riferito a vini e liquori.

E

Ebollizione: è il passaggio dallo stato liquido allo stato vapore in funzione della pressione. All’aumentare della pressione deve aumentare la temperatura.

Economato: l’ufficio che ha il compito di provvedere all’attrezzatura e al materiale di consumo per il funzionamento di un determinato ente.

Edulcorazione: atto che conferisce un sapore dolce a un alimento.

Empirico: nel linguaggio filosofico indica ciò che appartiene all’esperienza

Emulsione: dispersione di un liquido sotto forma di minutissime particelle (fase dispersa o discontinua) in un altro, nel quale esse rimangono completamente (o quasi) insolubili (fase disperdente o continua): per es. olio in acqua, acqua in olio o in grassi.

Enogastronomia: la ‘cultura’ della buona cucina, cioè dell’arte culinaria, associata alla conoscenza dei vini e del corretto abbinamento di questi con i cibi.

Enologia: disciplina e tecnica relativa alla produzione, alla conservazione, all’invecchiamento del vino.



Enoteca: locale per la degustazione e la vendita di vini.

Espressioni (il gioco delle espressioni):

- **Espressione degli occhi in basso a sinistra:** (AD)

Auditivo Digitale, coinvolgimento sentimentale molto elevato. Questa è la posizione del dialogo interno (come si sente la propria voce quando ci si parla).

- **Espressione degli occhi in basso a destra:** (K) Cinestetico ragionato, in questa posizione gli occhi accedono a emozioni o a sensazioni corporee. Es: che sensazione proveresti se il ghiaccio ti si sciogliesse fra le mani? Come ti sei sentito l’ultima volta che hai riso ad una barzelletta?

- **Espressione degli occhi in alto a destra:** (VC) Visivo Costruito, si costruiscono immagini mai viste prima (come staresti con una barba blu?) – immagina il piatto che vorrebbe, l’ha costruito (praticamente la menzogna).

- **Espressione degli occhi in alto a sinistra:** (VR) Visivo Ricordato: si ricordano immagini (di che colore era la maglia?); non ha bisogno di costruirselo il piatto; lo conosce già (praticamente la verità).

- **Espressione degli occhi di lato a sinistra:** (AR) Auditivo Ricordato, si ricordano cose ascoltate in precedenza.

- **Espressione degli occhi di lato a destra:** (AC) Auditivo Costruito, si creano i suoni mai ascoltati. Se le pupille sono dilatate: determinano interesse verso l’interlocutore. Un tempo, per ottenere questa sensazione e rendere il volto più interessante, si usava la Belladonna per dilatare le pupille.

- **Espressione del corpo:** linguaggio del corpo.

- **Espressione del corpo 1,** corpo eretto (stato neutro, nessuno stato emotivo).

- **Espressione del corpo 2:** afflosciarsi o curvarsi su sé stessi (depressione o periodo difficile). Spesso è accompagnato da una scarsa mimica facciale e dalla posizione degli occhi nella posizione del dialogo (testa inclinata verso il basso).

- **Espressione del corpo 3:** postura eretta, gambe larghe, braccia ai fianchi; occupa tutto lo spazio vicino al suo corpo: postura di chi si sente sicuro di sé o dominante.

- **Espressione del corpo 4:** inclinazione verso l’altro: esprime dolcezza e simpatia (rapporto adulto – bambino, quando le persone si piacciono tendono ad inclinarsi verso l’altro).

- **Espressione del corpo 5:** seduti inclinati su di un lato è indice di rilassamento e di interessamento.

- **Espressione di chi mente** non riesce a sostenere lo sguardo, ha un atteggiamento di chiusura: incrocia gambe e braccia e non si protende verso l’interlocutore, sguardo basso, può arrossire e presentare chiazze rossastre nel viso, possibili tic involontari come toccarsi il naso o i capelli, tamburellare nervosamente le dita sul tavolo, voce e timbro più acuto nelle donne, più cupo negli uomini. Il lato destro della faccia non è più in armonia con il lato sinistro, un semplice sorriso di 10 secondi si dilata in maniera irrealistica, possono evidenziarsi lapsus freudiani che fanno emergere la verità, mento abbassato e braccia conserte, sorriso artefatto.

Etica: dottrina o indagine speculativa intorno al comportamento pratico dell’uomo di fronte ai due concetti del bene e del male: etica morale, etica professionale.



Etilometro: apparecchio misuratore del tasso di alcol assorbito dall’organismo.

I nuovi locali del “Cravattino d’Oro”

Il Momentum, un bio resort di lusso immerso nella natura

Tutto al Momentum Resort è stato pensato per migliorare il benessere degli ospiti, in ogni suo aspetto, creando un’oasi di pace a contatto con la natura, ideale per disintossicare e rigenerare corpo e mente.

In questo luogo rilassarsi è semplice: materiali, colori, profumi e suoni sono stati scelti per ripristinare il tuo naturale equilibrio, in armonia con l’ambiente circostante.

Per il benessere del corpo non manca nulla: spa e sala massaggi, area fitness, terrazze solarium e piscina a sfioro con vista sull’uliveto, un percorso vita tra gli alberi e, infine, un ristorante a km zero.

Momentum Resort offre 24 camere e suite ampie e accoglienti, caratterizzate da uno stile originale e raffinato. Grazie alla combinazione di comfort moderni e arredi di design realizzati in ferro e legno da artigiani locali, le camere del resort sono il luogo ideale per rigenerarsi.

Distribuite tra piano terra e primo piano, sono ideali per un soggiorno di coppia, ma alcune possono ospitare fino a 4 persone.



Situato a Marinella di Selinunte, frazione di Castelvetro, il Momentum Resort ti offre una vacanza di lusso nel cuore della Sicilia Occidentale.

A pochi minuti dallo straordinario Parco Archeologico di Selinunte, il più grande d’Europa (270 ettari), è ideale per chi cerca un hotel a Selinunte, vicino alla Riserva Naturale Orientata Foce del Belice e Dune limitrofe che, con le sue spiagge di sabbia finissima e le acque cristalline, è uno dei litorali naturali più belli della Sicilia.

Comodo da raggiungere dall’autostrada (il casello Castelvetro è a 10 minuti), il resort è il punto di partenza perfetto per una

vacanza alla scoperta dei tesori della Sicilia: spiagge, riserve naturali, siti archeologici e centri storici di incomparabile bellezza sono raggiungibili in massimo un’ora e mezza d’auto.

Momentum Resort
S.S. 115/DIR. km 5+552,80
91022 Castelvetro (TP)
Tel. +39 0924 941046
www.momentumresort.com





I locali del Cravattino d'Oro

ABRUZZO

Ristorante Albergo LA MASSERIA
Via Nazionale, 68
66040 **Piazzano di Atessa (CH)**
0872 897659
www.lamasseria.eu

Ristorante LA VECCHIA SILVI
Via Circonvallazione Boreale, 20
64028 **Silvi (TE)**
085 930141
www.ristorantevecchiasilvi.com

CAMPANIA

RELAIS MARESCA Hotel
Via Prov. Marina Grande, 284
80073 **Capri (NA)**
081 837 96 19 / 081 837 40 70
www.relaismaresca.com

Hotel VILLA SIGNORINI
Via Roma, 43
80056 **Ercolano (NA)**
081 7776423
www.villasignorini.it

SORRISO Thermae Resort & SPA
Via Provinciale Panza, 311
80075 **Forio (NA)**
081 907227
www.sorrisoresort.it

Ristorante Gran Caffè GAMBRINUS
Via Chiaia, 1/2
80132 **Napoli**
081 417582
www.grancaffegambrinus.com

Luxury Country House
IL MULINO DELLA SIGNORA
Contrada Filette
83055 **Sturzo (AV)**
0825 437207
www.ilmulinodellasignora.it

EMILIA ROMAGNA

FRANCO ROSSI Ristorante
Via Goito, 3
40126 **Bologna**
051 238818
www.ristorantefrancorossi.it

Hotel VISTA MARE
Viale G. Carducci, 286
47042 **Cesenatico (FC)**
0547 87506
www.hotelvistamarecesenatico.it

Ristorante Pizzeria GIORGIO
Viale L.B. Alberti, 30
47042 **Valverde di Cesenatico (FC)**
0547 86499

www.ristorantegiorgio.net

FRIULI VENEZIAGIULIA

Grand Hotel ASTORIA
Largo San Grisogno, 3
34073 **Grado (GO)**
0431 83550
www.hotelastoria.it

LIGURIA

Ristorante LA PRUA
Passeggiata F. Baracca, 25
17021 **Alassio (SV)**
0182 642557
www.lapruadialassio.com

Ristorante PUNTA MARE
Via Lungomare, 1
18011 **Arma di Taggia (IM)**
0184 43510
www.puntamare.it

Ristorante SANT'AMPELIO
Via Vittorio Emanuele, 6
18012 **Bordighera (IM)**
0184 264009
www.ristorantesantampelio.it

Hotel Ristorante MIRA
Viale Rimembranza, 15
16039 **Sestri Levante (GE)**
0185 459404
www.hotelmira.com

LOMBARDIA

Ristorante DA VITTORIO
Via Cantalupa, 17
24060 **Brusaporto (BG)**
035.681024
www.davittorio.com

Ristorante BIFFI
Galleria Vittorio Emanuele II°
20122 **Milano**
02 8057961
www.biffigalleria.it

Ristorante SAVINI
Via Ugo Foscolo, 5
20121 **Milano**
02 72003433
www.savinimilano.it

PIEMONTE

Ristorante Lounge Bar ELENA
Via Filippo Beltrami, 13
28845 **Domodossola (VB)**
0324 248534
www.eleнарistorante.it

PUGLIA

JOLI PARK HOTEL GALLIPOLI CAROLI HOTEL



I locali del Cravattino d'Oro

Via Lecce 2
73014 Gallipoli (LE)
0833 263321
www.carolihotels.com/joli-park-hotel/alber

SARDEGNA

Ristorante BELVEDERE
Località Farina, snc
07021 Arzachena (OT)
0789 96501
www.ristorantegastronomiabelvedere.com

SICILIA

Ristorante IL FLAMBÉ
Via Vincenzo Barbera, 11
90124 Palermo
091 342332
www.flamberestaurant.it

IL TIRANNO CAPORTIGIA Restaurant
Viale Montedoro 78
96100 Siracusa
0931 581528
www.iltiranno.it

MOMENTUM Wellbess Bio-Resort
Strada Statale, 115
53034 Castelvetro (TP)
0924 941046
www.momentumresort.com

TOSCANA

L'ANTICA TRATTORIA
Piazza Arnolfo di Cambio, 33
53034 Colle Val D'Elsa (SI)
0577 923747
www.anticatrattoriaparadisi.it

Ristorante DAL FALCO
Piazza Dante Alighieri, 3
53026 Pienza (SI)
0578 748551 / 338 722 7021
www.ristorantedalfalco.it

Ristorante IL MESTOLO
Via Fiorentina, 81
53100 Siena
0577 51531
www.ilmestolo.it

VENETO

Ristorante LA VILLETTA DA ROBERTO
Via Roveri, 30- Loc. Giarre
35031 Abano Terme (PD)
049 812473
www.lavillettadaroberto.it

Ristorante LA MONTANELLA
Via dei Carraresi, 9
35032 Arquà Petrarca (PD)
0429 718200
www.lamontanella.it

Ristorante IL GALEONE D'ORO
Piazza Dante Alighieri, 3
31033 Castelfranco Veneto (TV)
335 6162 700
www.galeonedoro.it

Ristorante Bistrot CENTRALE
Piazza Marconi, 7
31030 Dosson (TV)
0422 382 265
www.alcentrale.it

Ristorante NICOLA
Via Sabbioni, 38
35036 Montegrotto Terme (PD)
049 7943 69
<https://da-nicola-montegrotto-terme.hotelmix.it/>

Ristorante Hotel AL FIORE
Lungolago Garibaldi, 9
37019 Peschiera del Garda (VR)
045 7550113
www.hotelalfiore.it

Antica Trattoria DUE SPADE
Via Roma, 5
36066 Sandrigo (VI)
0444 659948
www.duespade.com

Ristorante DA PINO
Piazza Giorgione, 74
31100 Treviso
0422 303 346
www.dapino.it

GRAN BRETAGNA

Ristorante LA CAPANNINA
65/67 Halkett Place
St. Helier
JE2 4WG - Jersey Channel Islands
GRAN BRETAGNA
+44 (0)1534 734602
www.lacapanninajersey.com

INDIA

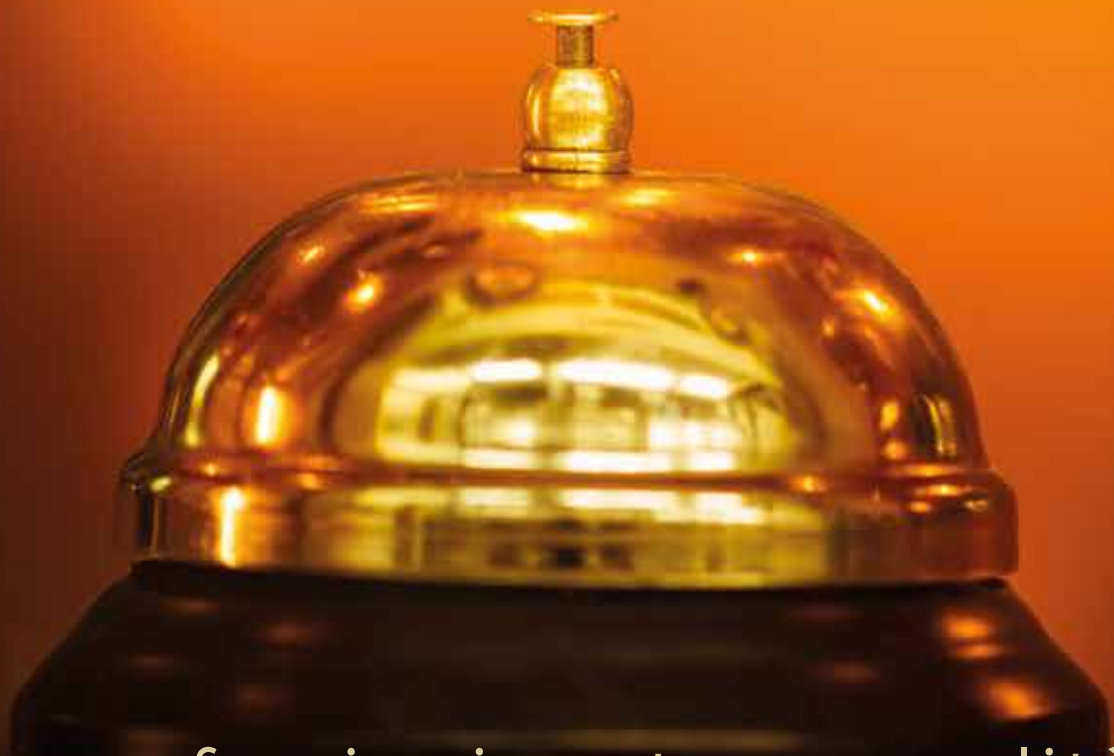
ARTUSI Ristorante e Bar
M-24, Block M, Greater Kailash II, Greater Kailash Delhi
110048 New Delhi - INDIA
+91 88002 09695
www.artusi.in

PRINCIPATO DI MONACO

Ristorante LA PIAZZA
9, Rue du Portier
98000 Principato di Monaco
+0377 93504700
www.lapiazza-monaco.com



M A R C O E S P O S T O
WEARING COLLECTION



le professioni vestono qualità

NEGOZIO

Viale Bonopera, 57_Senigallia An

SHOWROOM E MAGAZZINO

Via Corvi, 19_Senigallia An_Tel. / Fax 071 7930853

marcoesposto.com