

Lavastoviglie  
industriali

Tecnologia e  
innovazione



Menú italiano  
tradizionale

Che cosa c'è  
in tavola



N. 09 – settembre 2011

# buongiorno italia

La rivista per i ristoratori italiani in Germania



## Forni per pizza a legna dall'Italia

Vedi pagina 29 per  
ulteriori informazioni

Distribuzione in Germania:  
La Bottega Toscana  
[www.Pizza-Ofen.de](http://www.Pizza-Ofen.de)  
Tel. 06051-67777



€ 5,90 (in Germania)

CheMedia Verlag GmbH, Bechsteinstraße 27, 99423  
Weimar PVSt, Deutsche Post AG, Entgelt bezahlt, 61497

[www.buongiornoitalia.de](http://www.buongiornoitalia.de)

### Cari lettori,

avete passato bene i mesi di piena estate? Spero vivamente che settembre ci conceda altre giornate calde e soleggiate, e che potremo vivere una bella estate di San Martino! Del resto, qui in Germania, l'autunno arriva sempre troppo presto.

Ma cosa abbiamo preparato per voi in questo numero? Iniziamo con il nostro tema tecnico: a partire da pagina 8 vi daremo informazioni approfondite sulla tecnica del lavaggio. Dopotutto bicchieri, posate e piatti puliti rappresentano un'insegna per il vostro locale e pertanto sono di grande importanza per far sì che il cliente abbia un'ottima impressione! Talvolta, però orientarsi con le lavastoviglie non è affatto così semplice: ci sono apparecchi per bicchieri, per posate, per pentole e padelle... sembra quasi che per ogni pezzo ci sia una lavastoviglie diversa! Per questo vogliamo aiutarvi a trovare la macchina che fa al caso vostro e vi spiegheremo come funzionano i diversi apparecchi per darvi degli ottimi risultati. Affronteremo anche il tema dei detersivi: quali detersivi per stoviglie si adattano a quali impieghi? Come devono essere dosati? Leggete a pagina 11 i suggerimenti e le indicazioni degli specialisti di Remsgold, che da oltre quattro decenni creano prodotti di alta qualità per la pulizia e per la cura delle cucine industriali. Naturalmente vi spiegheremo anche a che cosa prestare attenzione quando si tratta della manutenzione e della cura delle lavastoviglie per poter utilizzare i vostri apparecchi più a lungo possibile!

Si passerà quindi agli argomenti culinari, perché l'attenzione è rivolta sulla tradizionale sequenza di pietanze italiane. Tra queste si annoverano naturalmente anche le favorite dei tedeschi: la pasta e la pizza! Anche se, rispetto agli italiani, i tedeschi devono ancora recuperare molto per quanto riguarda il consumo di pasta, è sempre più evidente che la pasta in Germania sta diventando sempre più amata: questo perché, negli ultimi 20 anni, il consumo procapite è raddoppiato (cifre indicate dall'asso-



ciazione dei produttori di impasto e mulini di gran duro della Germania e.V.)! Leggete, a partire da pagina 20, le novità presenti nel campo della pasta e i suggerimenti su come offrire ai vostri clienti piatti veramente particolari. Anche la pizza sta diventando sempre più popolare nel territorio tedesco: gode di un'alta considerazione soprattutto tra le generazioni più giovani! I nostri partner di "Pizza e Pasta Italiana" vi riveleranno, a partire da pagina 30, come regalare, a partire da una pizza, un'esperienza culinaria ai vostri clienti. Così potrete avere qualcosa di più rispetto ai vostri concorrenti!

Infine, vorrei ancora raccomandarvi caldamente il nostro supplemento che si occuperà della fiera ANUGA di quest'anno a Colonia dall'8 al 12 ottobre. Il paese partner sarà quest'anno la vostra patria, l'Italia! Già da ora vi daremo tante informazioni su questa straordinaria e imperdibile fiera internazionale! E non stupitevi del nuovo cognome: dal 27 agosto sono felicemente sposata!

Buona lettura!

■ **Lavastoviglie industriali**

9 | Tecnologia e innovazione

pagina 8



■ **Menú italiano tradizionale**

15 | Che cosa c'è in tavola

pagina 14



□ **Pasta e Pizza, Gnocchi, Risotti**

21 | I classici italiani

pagina 20



---

**Rubriche**

---

- 3** | Editoriale
- 6** | Attualità
- 7** | Qualche idea in più
- 18** | **Pentola d'oro:** La stanza dell'Angelo
- 32** | **Speciale:** Slow-Milling

---

**Rubriche**

---

- 34** | **Consigli legali:** Analogkäse?
- 38** | **Periscopio:** Alla riscoperta dell'Italia
- 40** | **Speciale:** Vini esclusivi rivolti ai gastronomi
- 41** | **Novità Vinicole:** Il Moscato Passito di Saracena
- 45** | **Il Belpaese in Germania**



-Cheese- Bra, Cuneo

Dal 16 al 19 settembre 2011

Dal 16 al 19 settembre torna Cheese, all'ottava edizione. Con focus sulla Francia, l'evento biennale braidese dedicato alle forme del latte, quest'anno illustra e approfondisce la complessità - di sapienze, esigenze, problemi e risorse - legata ai prodotti lattiero-caseari. La manifestazione punta i riflettori sui tre pilastri su cui si regge l'eccellenza casearia: lattari, mestieri, territori.

➤ Per saperne di più

[www.cheese.slowfood.it](http://www.cheese.slowfood.it)



Fiera interna a Halle/Saale

Dal 18 al 19 settembre 2011

Nella fiera di Halle, Messestraße 10, 06116 Halle/Saale.



Fiera del settore di REWE  
a Monaco di Baviera

Dal 19 al 21 settembre 2011

Si incontreranno alla fiera di REWE per il food service moltissime persone per i settori hotellerie, gastronomia e servizi di catering.

➤ Per saperne di più

[www.rewe-foodservice.de](http://www.rewe-foodservice.de)



HOST a Milano

Dal 21 al 25 ottobre 2011

Il Salone Internazionale dell'Ospitalità Professionale torna più ricco per puntare al business e a rafforzare un network di professionisti. La manifestazione continua a crescere e a confermarsi leader per l'HoReCa.

➤ Per saperne di più

[www.host.fieramilano.it](http://www.host.fieramilano.it)

### I FILTRI PER FRIGGITRICI VENGONO NUOVAMENTE PREMIATI I SISTEMI DI FILTRAGGIO SYS FESTEGGIANO IL LORO DECENNALE

Circa 150 ospiti hanno festeggiato il 1 giugno 2011 con i 27 componenti del team della SYS Systemfiltration e il direttore Andreas Schmidt (39) il decennale della fabbricazione dei particolari filtri. All'invito hanno partecipato ospiti dell'economia e della politica, clienti, distri-

butori, così come 40 ditte partner straniere provenienti fra l'altro dagli USA, dalla Malaysia, dal Sudafrica e da Israele.

➤ Per saperne di più

[www.systemfiltration.de](http://www.systemfiltration.de)

### LUSINI.DE AMPLIA IL SUO ASSORTIMENTO SUL MERCATO

L'esito di Lusini.de, piazza mercantile online, per articoli alberghieri e gastronomici, continua a crescere: costantemente vengono trovati nuovi partner per articoli alberghieri e gastronomici e il loro assortimento viene integrato presso Lusini. Ora sono stati inseriti più di 4000

articoli di Aliseo, APS e Contacto del promotore New Gastroline GmbH. L'assortimento completo della New Gastroline GmbH si trova ora sul sito della Lusini.de

➤ Per saperne di più

[www.lusini.de/merchants/gastrodax/](http://www.lusini.de/merchants/gastrodax/)

### 52. MIG - MOSTRA INTERNAZIONALE DEL GELATO ARTIGIANALE DI LONGARONE

C'è anche quest'anno grande attesa a Longarone (Belluno) per la 52. edizione della MIG - Mostra Internazionale del Gelato Artigianale, in programma da domenica 27 a mercoledì 30 novembre. Come di consueto hanno dato la loro adesione le aziende leader di settore in fatto di attrezzature, macchine, prodotti, arredamenti e servizi per la gelateria a conferma del grande interesse che la storica Mostra del Gelato di Longarone esprime.

In questo senso è sempre notevole l'impegno da parte degli organizzatori per assicurare all'esposizione un elevato

livello qualitativo e soprattutto mantenere la sua peculiarità di rassegna specializzata rivolta esclusivamente al prodotto artigianale. Del resto la MIG, proprio per questo, continua ad essere, da oltre cinquant'anni, un punto di riferimento ben preciso soprattutto per le migliaia di gelatieri italiani che operano in Germania.



➤ Per saperne di più

[www.mostradelgelato.com](http://www.mostradelgelato.com)

### EHEC: AVVANTAGGIATI I CONCEPT DI PASTA E PIZZA

Secondo le stime attuali del pannello dei consumatori CREST del gruppo di ricerche di mercato NPD, gli ammonimenti ufficiali riguardanti i consumi dello scorso maggio hanno lasciato chiare tracce nel mercato del cibo fuori casa.

Ciò che si può rilevare in maniera eclatante è l'influsso dell'Escherichia Coli sulla diminuzione delle vendite di insalata in tutto l'ambito gastronomico. Per quanto riguarda il settore di QSR (Quick Service Restaurant), è nell'enogastrono-

mia etnica che si è verificata una diminuzione delle affluenze superiore alla media e pari al 6,2%. Particolarmente elevate sono state le perdite nel sottosectore QSR Asiatico (germogli di soia), con un negativo del 12,4%. Al contrario, le formule QSR che prevedono vendita di pizza/pasta hanno tratto profitto dalla situazione, realizzando un aumento delle affluenze pari al 9,2%.

Fonte: Cafè Future

### IL FUMO DISTURBA L'APPETITO

Chi fuma, ha meno appetito. Non è solo una leggenda! Ricercatori americani hanno recentemente trovato qual è il meccanismo per cui la nicotina diminuisce l'appetito. La nicotina inalata manda segnali alle cellule nervose del cervello, per cui il corpo ha la sensazione

di aver già mangiato a sufficienza. Sotto questo aspetto non si può più considerare il divieto di fumo nei locali come un elemento che incide negativamente sulla percentuale delle entrate: perché chi non fuma ha più appetito e ordina di più!

Fonte: Focus Online

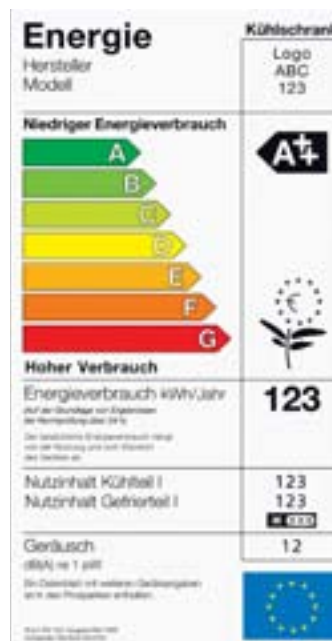
(continua da pagina 9)

birra, ad esempio, è consigliabile una lavastoviglie professionale con lavaggi accelerati della durata di circa 2 minuti piuttosto che una semi-professionale con lavaggi da almeno 20 minuti. Allo stesso modo, per i grandi eventi è preferibile una lavastoviglie grande e con maggiore capacità. Al fine di garantire un lavaggio efficiente è importante fare attenzione a piccole cose che talvolta è facile tralasciare. Innanzitutto occorre badare alla manutenzione della lavastoviglie, controllare periodicamente i filtri ed evitare che lo scarico si intasi cercando di non lasciare residui di cibo nei piatti; inoltre, le stoviglie vanno disposte in modo consono e, soprattutto, i bicchieri, non devono in nessun caso essere accatastati o disposti l'uno sull'altro.

È poi fondamentale l'utilizzo di un buon anticalcare e di un dolcificatore di acqua, i cui sali in essa disciolti sono responsabili di macchie e depositi di calcare sulle stoviglie e nocivi per la lavastoviglie stessa; anche detersivi e brillantanti devono essere dosati correttamente: quantità troppo ridotte vanno a discapito della resistenza dei bicchieri; quantità eccessive, oltre che antieconomiche, non detergono bene e inquinano le acque di scarico causando danni all'ambiente.

Alcuni di questi problemi possono essere automaticamente risolti con lavastoviglie di ultima generazione che consentono un notevole risparmio di tempo e costi grazie al programma di autolavaggio interno alla fine del lavoro giornaliero, al decalcificatore incorporato, alla memoria dati integrata per il controllo e l'analisi dei valori di consumo e a molte altre opzioni.

### ENERGY LABEL: UN VANTAGGIO PER L'UOMO E PER L'AMBIENTE



La classe di consumo energetico, detta anche classe di efficienza energetica, è una suddivisione della scala di consumi degli elettrodomestici stabilita dalla direttiva 92/75/CEE del 22 settembre 1992. In base al consumo energetico si possono distinguere 7 classi, dalla A (bassissimo consumo d'energia) alla G. Questi dati sono raffigurati nell'etichetta energetica Energy Label e vengono associati ad una scala di colori che va dal verde (A) al rosso (G).

Classe A significa che il programma Eco consuma meno che nelle altre classi ma non è detto che in altri programmi la lavastoviglie in esame consumi meno. ■

Lorena Trotta

### INTERVIEW CON LIVIO BRUGNOLI, SUPPORT MANAGER DELL'AZIENDA COMENDA ALI S.P.A.

## Lavastoviglie: i consigli dai professionisti

**BI: Sul mercato ci sono molti diversi tipi di lavastoviglie. Come si distinguono?**

Ci sono lavastoviglie a caricamento frontale, lavastoviglie a capote, a trascinamento di cestelli e a nastro. La lavastoviglie frontale (per intenderci tipo quelle domestiche) sono fatte per essere incassate sotto il banco di lavoro e vengono utilizzate quando non ci sono molte stoviglie da lavare (chi carica e scarica la macchina si deve piegare per inserire e togliere il cestello). Un lavoro più ergonomico viene effettuato installando una macchina a capote dove normalmente ci sono due tavoli laterali che agevolano lo scorrimento del cestello sporco all'interno della macchina e quello pulito che esce dalla parte opposta. Quando la produzione oraria in di cestelli diventa importante allora si passa ad una macchina a traino di cestelli, oppure ad una macchina a nastro dove le stoviglie vengono inserite e trasportate all'interno della macchina senza l'ausilio di un cestello, bensì caricate su un nastro che scorre all'interno delle varie zone della macchina.

**BI: Conviene proprio comprare diversi tipi di macchine?**

Dipende quello che pretende il cliente: bicchieri perfetti e senza aloni si possono ottenere solo con una macchina dedicata e con magari un trattamento particolare dell'acqua e prodotti chimici adeguati. Se invece nella stessa macchina devo lavare bicchieri e pentole o teglie il risultato non potrà essere ottimale se non viene sostituita completamente l'acqua della vasca di lavaggio.

**BI: Apparecchi vecchi vs. nuovi: quando conviene comprare una nuova lavastoviglie? Perché?**

Le norme di riferimento per i costruttori sono cambiate negli anni. Una lavastoviglie costruita più di 10 anni fa, oggi non risponde completamente alle norme di sicurezza in vigore. In alcuni casi limite in un intervento di riparazione di una vecchia apparecchiatura il tecnico è obbligato a revisionare l'apparecchiatura mettendola a norme e di conseguenza il costo dell'intervento aumenta in modo considerevole. Inoltre con le ultime innovazioni, i prodotti hanno consumi ridotti e quindi il costo annuale di mantenimento di una nuova apparecchiatura è più basso.

**BI: Parliamo della manutenzione. A che cosa bisogna stare attenti per poter essere in grado di usare l'apparecchio il più lungo possibile?**

È importante la qualità dell'acqua (deve essere addolcita per evitare la formazione di calcare) e bisogna effettuare delle operazioni di pulizia giornaliera (pulizia dei filtri ed eventualmente dei getti di lavaggio).

**BI: È consigliabile avere un contratto di manutenzione?**

Certo. Un tecnico specializzato e l'utilizzo di ricambi originali permettono di prolungare la vita dell'apparecchio mantenendolo sempre in condizioni ottimali di utilizzo. ■

Livio Brugnoli, Sales & Service Support Manager  
Comenda

SEMPLICE E COMPLESSO ALLO STESSO TEMPO

# Il risotto alla milanese

**P**iatto per eccellenza del nord economico italiano, cioè Piemonte e Lombardia, inizialmente noto anche come “risotto giallo” per il suo tipico colore che va dal giallo-arancio al giallo-canarino a seconda della quantità di zafferano disciolto nel riso durante la cottura. La preparazione di un buon risotto alla

to di cipolla sfumandolo con del vino, un soffritto che andrà aggiunto poi a fine cottura per mantecare il risotto. Il risotto si può preparare con i più disparati componenti, con le più diverse verdure (un classico è il risotto con il radicchio rosso trevisano) e con i più diversi pesci, stando però bene attenti in quest’ultimo

caso a non usare il parmigiano grattugiato. Al ristorante se ordinate un risotto alle vongole evitate assolutamente di chiedere il formaggio, perché vi potrebbe accadere di essere invitati a uscire dal locale come accadde qualche anno fa al vice-borgomastro di Colonia che in nessun modo voleva rinunciare al parmigiano, argomentando “il cliente sono io, pago e quindi il risotto che lo mangio come voglio io”. E’ accaduto anche che qualche ristoratore italiano di fronte a tale sconveniente richiesta abbia deciso di rinunciare al pagamento del conto invitando però lo sprovveduto cliente a trovarsi la prossima volta un altro ristorante. Insomma il risotto, al contrario degli spaghetti, è un piatto che dà sì un tocco di nobiltà alla tavola ma va anche saputo servire e mangiato.

Va presentato ai commensali assolutamente “all’onda”, vale a dire ben disteso e morbido su un piatto liscio e non servito compatto come una roccia su un piatto fondo. Se poi in occasione di un’importante o festosa ricorrenza volete fare un risotto alla milanese con una messa in scena indimenticabile, allora lo dovrete preparare e servire secondo la mitica ricetta del “Risotto allo Spumeggio” dell’attore Ugo Tognazzi (uno degli indimenticabili interpreti del famoso film “La grande abbuffata”). Ve la riassumo qui sicuro che all’occasione non resisterete alla tentazione di provarla. La ricetta è più o meno quella classica che tutti conosciamo, con la variante che Tognazzi completava la rosolatura del soffritto non con il vino bensì con il cognac. Poi proseguiva la cottura del riso aggiungendo il brodo fino a mantecare il risotto oltre che con il burro e il formaggio parmigiano anche con la panna (!) per ammorbidirlo ulteriormente. A questo punto comincia la sceneggiata. Munitevi di un piatto rotondo o ovale con i bordi alti e collocate al centro una bottiglia di champagne dalla quale avrete tolto prima qualche dito di champagne (diciamo fino all’inizio dell’etichetta). Tutto intorno sistemate il risotto ben pareggiato. Portate il piatto al centro della tavola e versate nella bottiglia un paio di cucchiaini di zucchero. Meraviglia delle meraviglie: vedrete una spuma bianchissima sgorgare dal collo della bottiglia e adagiarsi dolcemente sul risotto. Mescolate il risotto e servite, prestando attenzione che lo spumeggio non finisca per fare un risotto in brodo, nel qual caso toglierete subito la bottiglia dal piatto. Buon appetito e felice festa. ■

Luciano Barile



Per il cuoco Michelino della Mario's Trattoria nel risotto alla milanese ci vuole il midollo.

milanese richiede ovviamente riso di qualità dal chicco grosso e tozzo, come quella del tipo Vialone o Arborio, e non a forma sottile e allungata come quella del riso usato, tanto per intenderci, dai cinesi. Il mio rapporto con il risotto iniziò verso la fine degli anni Settanta in un piccolo ristorante nel cuore di Milano quando lo chef mi consigliò un suo ottimo “risotto primavera” con piccoli cubetti di carote, zucchine e patate, che non più dimenticato. Sarei tentato di iniziare con la banale constatazione che come tutte le migliori cose della vita anche il risotto alla milanese è un piatto molto semplice. Evidentemente però non è così perché altrimenti non si spiega come mai soltanto raramente nei ristoranti capiti di mangiare un risotto degno di essere di questo nome. A parte la qualità del riso, un presupposto indispensabile per un vero risotto alla milanese è un buon brodo con un lesso di manzo con carote e sedani, per i veri intenditori anche con ossa di bue, il cui midollo sarà aggiunto a metà cottura al riso. Il brodo andrà versato nel riso dopo la sua tostatura a piccole dosi, quanto basti per impedire che il riso si attacchi sul fondo del tegame. La ricetta pressoché definitiva appare ai primi del Novecento a firma del grande Artusi che abbiamo pubblicato in forma integrale nel numero di Buongiorno Italia di giugno. Aggiungo che i puristi milanesi faticano ad ammettere l’uso del parmigiano grattugiato. Comunque, qualora non vi si voglia rinunciare, il parmigiano grattugiato andrà usato in modo assai parsimonioso nel mantecare il risotto a fine cottura. Gualtiero Marchesi consiglia, inoltre, di tostare all’inizio il riso a secco e di preparare a parte, sempre usando il burro, un leggero soffrit-

PIZZERIE

# Istruzioni per l'uso



**N**onostante l'agguerrita concorrenza di ristoranti etnici e fast food, uscire la sera per "farsi una pizza" resta un rito diffuso in tutte le città d'Italia e ad ogni età.

A causa delle difficoltà economiche di questi anni diventa sempre più essenziale per i ristoratori cercare di contenere i prezzi e fidelizzare la clientela per mantenere alto l'afflusso nel locale. A parità di offerta, il bravo pizzaiolo deve distinguersi e dare di più al cliente, sia con il menù che con piccoli dettagli che fanno la differenza.



Nulla può essere dato per scontato: dall'accoglienza allo scontrino fiscale, ogni cliente vuole essere unico e il bravo ristoratore deve farlo sentire tale. Per prima cosa l'accoglienza: far trovare al cliente un assaggio di qualche piatto tipico stempera l'attesa e predispone positivamente il cliente. Molto importante è anche l'immagine: è consigliabile che il personale vesta adeguatamente (pantaloni, camicia, falda, cappellino) per essere facilmente riconoscibile e dare un senso di professionalità.

Lo stesso vale per il pizzaiolo che deve dare un'immagine rassicurante: ok a cappellini, bandane, falde, pantaloni, camicie possibilmente di colori chiari; vietati invece anelli, catenine, bracciali, orologi, mani poco curate e un aspetto trasandato. Molta attenzione merita il tovagliato: pulito, ordinato e preferibilmente dello stesso colore. Ideali anche salviette e tovaglie monouso: non hanno costi di lavanderia e sono pratiche per pizzerie con numerosi tavoli.

Se l'immagine è essenziale nel proprio locale, anche le attrezzature incidono. E' bene investire sul rinnovo di forni, frigoriferi e minuteria, quando necessario. Un veloce check up può essere fatto dal pizzaiolo stesso: se lo sportello del forno non aderisce completamente alla bocca della camera si ha una perdita di calore e un conseguente aumento di bolletta; la pietra refrattaria che ricopre le resistenze del forno non deve avere crepe, altrimenti si rischiano costose riparazioni.

E' consigliabile orientarsi su strumenti eco-friendly per ridurre i consumi e limitare l'impatto ambientale. In commercio esistono forni a basso consumo con termostati "intelligenti" per ridurre sprechi di corrente e ottimizzare i cicli di cottura. Lo

stesso vale per frigoriferi e banchi refrigerati, la scelta è molto ampia per cui basta solo capire cosa è più indicato per il locale. In ogni caso molta attenzione all'igiene: tenere pulito un forno significa averlo sempre pronto all'uso e al massimo rendimento.

Il fattore più importante resta la qualità delle materie prime: acqua, sale, farine, mozzarella, lievito, farciture sono determinanti e il mercato oggi è in grado di soddisfare anche i pizzaioli più esigenti, per cui è davvero difficile dire quali siano i migliori prodotti in circolazione. E' più sensato consigliare di ottimizzare gli ingredienti e conservarli al meglio. Per esempio le farine: ogni pizzeria dovrebbe avere una zona dove stoccare i sacchi con regole igieniche ferree:

- temperatura interna non oltre i 27 °C
- percentuale d'umidità non oltre il 75 %
- zanzariere alle finestre
- mettere i sacchi di farina su pedane di plastica, lontano da fonti di umidità (muri e pavimenti)
- alternare luce e buio nella zona di stoccaggio per favorire il processo enzimatico di maturazione degli zuccheri della farina.

Riguardo ai prodotti alimentari le regole da seguire sono quelle del buon senso: un bravo pizzaiolo tiene sotto controllo l'area di lavoro e sa bene quando consumare i prodotti. Attenzione quindi alle scadenze: pomodori e mozzarelle deperiscono velocemente, mentre le farciture sott'olio hanno tempi di conservazione più lunghi ma vanno tenute in frigo. Se si lavora con prodotti freschi, è bene proporre pizze con ingredienti di stagione e della zona: le pizze a chilometri zero sono un'ottima novità, con dei costi di preparazione molto bassi e facilità nel reperire i prodotti.

Questi elementi sono basilari nell'economia del locale, ma la vera anima è il pizzaiolo: la sua esperienza e la sua abilità fanno il successo della pizzeria.

Come per qualsiasi mestiere, è bene tenersi aggiornati e non dare nulla per scontato; un corso di formazione aiuta sia le giovani leve che chi ne vuole sapere di più e in Italia come all'estero esistono ottime scuole per pizzaioli. Il contatto con il pubblico è un valore enorme e spesso dimenticano: storicamente la pizzeria è un luogo informale, familiare e allegro e il cliente si aspetta che il pizzaiolo esca dalla cucina per scambiare qualche chiacchiera, magari spiegando che tipo di pizza sta mangiando, la ricetta e così via, senza mai cadere nell'invadenza. Infine il bravo pizzaiolo sa organizzare il lavoro tenendo conto dell'affluenza, del personale a disposizione e prevedendo in linea di massima l'andamento della serata. Organizzazione significa riduzione di sprechi, sia alimentari che di tempo, ma richiede serietà e precisione.

L'attuale congiuntura economica non permette più a nessuno di improvvisarsi e anche i dettagli una volta meno significativi vanno tenuti in considerazione, garantendo qualità e servizio eccellente. ■

A cura di Patrizio Carrer

Continua

ANALOGKÄSE?

# Ma fammi la pizza come si deve!

**I**n seguito a una lunga serie di direttive e regolamenti dell'Unione europea, la carta del menù si è trasformata da un semplice foglio con le offerte del ristorante in un vero e proprio "manuale d'informazione per il cliente". E chi sbaglia, a volte, paga! I contenuti delle carte menù sono, infatti, oggetto di molti regolamenti. Chi non li rispetta, rischia una sanzione amministrativa e pecuniaria.

Ecco, in breve, le regole più importanti da osservare:

- Innanzitutto bisogna tenere conto della funzione delle carte menu: siccome contengono in prima linea i prezzi dei pranzi, il ristorante è obbligato, secondo la legge federale sulle imposte (Abgabenordnung), a conservarle per sei anni.
- Inoltre bisogna indicare tutti i prezzi di ogni pasto e di ogni tipo di bevanda offerto, inclusa l'IVA (Mehrwertsteuer). La stessa cosa vale ovviamente anche per la carta del giorno (Tageskarte). La mancata osservanza dell'obbligo di esporre o consegnare al cliente il listino dei prezzi può comportare per l'esercente il pagamento di una multa. Inoltre se nel ristorante non vi è l'esposizione dei prezzi né in un listino sui tavoli, né su un cartello esposto al pubblico, il cliente potrebbe contestare il conto arrivando anche a rifiutarsi di pagare.
- I ristoranti, oltretutto, devono fare in modo che il cliente possa leggere il contenuto della carta menu già prima di entrare nel locale. Inoltre è importante che vi siano carte sufficienti per tutti i clienti e che i contenuti si possano leggere senza difficoltà.
- Siccome i menu contengono le offerte del ristorante, il ristorante è tenuto a cancellare dalla carta ogni piatto o bevanda che non può più servire al cliente.
- Se il cliente, prima di pagare il conto, chiede al ristorante nuovamente la carta menu, costui è tenuto a mettergliela nuovamente a disposizione in modo da poter gli permettere di comparare i prezzi della carta con quelli sulla fattura da saldare.

Di fondamentale importanza è anche l'indicazione di allergeni e additivi. La direttiva comunitaria sugli allergeni, ad esempio, prevede il rispetto di precise regole in materia di utilizzo e di comunicazione al consumatore degli ingredienti utilizzati. Ancor più severa è la legislazione per quanto riguarda gli additivi, che ogni ristorante deve conoscere ed indicare sulla carta menu (ad esempio: conservanti, coloranti, caffeina, dolcificanti, chinino, fosfato, antiossidanti ecc.).

Per quanto riguarda gli additivi, le Camere di Commercio, solitamente, mettono a disposizione di ogni imprenditore atti-

vo nell'ambito della gastronomia una lista con tutti gli additivi e conservanti da indicare nelle carte menu. Inoltre, il ristorante è tenuto ad indicare sulla carta del menù se il pasto contiene sostanze o alimenti geneticamente modificati oppure derivanti da alimenti geneticamente modificati.

Bisogna anche rispettare le marche: se la carta delle bevande contiene l'indicazione "Coca Cola", il ristorante non può servire un prodotto alternativo, ma è tenuto a vendere al cliente quello originale. La denominazione "Spezi" non è solo un termine per descrivere la bevanda, ma piuttosto una marca; qui bisogna essere pignoli! La stessa cosa vale per prodotti tipici di una regione oppure per quelli Doc. Il prosciutto di Parma deve essere di Parma. Bisogna fare attenzione anche con il vino: per non correre inutili rischi, è consigliabile descrivere il vino usando le indicazioni contenute sull'etichetta della bottiglia. ■

*Dr. Alessandro Bellardita, Rechtsanwalt*

\*\*\*\*\*

## Alessandro Bellardita

Alessandro Bellardita si è laureato nel 2005 in giurisprudenza presso l'università di Mannheim, dove in seguito ha lavorato fino al 2008 come assistente in una cattedra di diritto privato e processuale, svolgendo allo stesso tempo il corso di dottorato di ricerca (diritto commerciale e dei trasporti). Dal 2010 è Rechtsanwalt (avvocato) presso lo studio legale Kuntze Mayer Beyer a Mannheim ([www.kmb-partner.de](http://www.kmb-partner.de)).



## buongiorno italia

La rivista per i ristoratori italiani in Germania

### Cercasi collaboratori

Da un'indagine tra i nostri lettori è emerso il desiderio di avere maggior voce in capitolo nel nostro mensile e poter essere contattati più spesso! A questo scopo cerchiamo collaboratori che curino i rapporti con i gastronomi che leggono buongiorno italia nelle città di: Stoccarda, Karlsruhe, Wiesbaden, Francoforte, Hannover ed Amburgo. Scriveteci, inviate il vostro curriculum corredato da foto al nostro indirizzo email ed eventuali testi in italiano redatti da voi.

E-Mail: [redazione@chefmedia.de](mailto:redazione@chefmedia.de)  
Tel. +49 (0)3643 4158-23



**LUCIANO BARILE** autore ed osservatore della scena italiana in Germania.

## ALLA RISCOPERTA DELL'ITALIA

# Importante tornare spesso "a casa" per un indispensabile aggiornamento

**P**er molti italiani che vivono all'estero ritornare saltuariamente in Italia può essere spesso motivo di sorpresa e di stupore. L'Italia come tutti i paesi è una realtà in continua evoluzione e vista da fuori è quasi impossibile seguirne e registrarne i molti cambiamenti. Può così accadere di trovarsi di fronte a eventi assolutamente impensati, com'è successo a me recentemente durante una vacanza nella soleggiata Lignano Sabbiadoro, la spiaggia friulana dell'Alto adriatico, divenuta ormai la mia patria elettiva. Ho scoperto con mia grande meraviglia che a una ventina di chilometri dal mare a Palazzolo dello Stella, il fiume che sfocia nella trasognata laguna di Marano, c'è un'azienda agricola che da un paio d'anni produce un ottimo olio d'oliva con diverse sapienti e gustose gradazioni dell'intensità del fruttato. Un olio che non ha assolutamente nulla da invidiare alle migliori produzioni della Liguria e della Toscana e che nella mia immaginazione mai avrebbe potuto arricchire il lungo elenco degli ottimi prodotti friulani. Non erano trascorsi nemmeno due giorni da questa mia scoperta che nel migliore negozio di alimentari di Lignano faccio la conoscenza di un imprenditore che nella vicina Prata di Pordenone produce la birra nel più severo rispetto del "Reinheitsgebot", il decreto di purezza del 1516 del duca di Baviera Guglielmo IV, da sempre l'orgoglioso leitmotiv di ogni azione promozionale dei grandi produttori tedeschi di birra. Nell'arco di pochi giorni ho avuto così modo di assaporare il risultato di due riuscitissime sfide alimentari che sinceramente non avrei mai ritenuto possibili. Era chiaro, non ho potuto fare a meno di pensare, che i friulani avevano deciso di gettare alle ortiche alcuni complessi d'inferiorità che li avevano afflitti in passato giudicando che era arrivato il momento di far vedere cosa erano capaci di fare. La sorpresa più grande e per me la più gradita, però, è stata quella di scoprire che i friulani si erano accorti di avere anch'essi una loro Riviera di tutto rispetto e che almeno sotto alcuni aspetti non aveva nulla da invidiare ad altre celebri riviere. Sissignori, proprio così, una Riviera Friulana con tutti gli attribuiti che spettano di diritto a tale denominazione. Evidentemente anche in questo caso qualcuno aveva deciso che era giunta l'ora di calare definitivamente il sipario sul termine Bassa Friulana, coniato forse ai vecchi tempi dell'Impero austro-ungarico e che ripete le denominazioni di Alta e Bassa Austria (Ober- und Niederösterreich). Per quanto

riguarda la Bassa Friulana, il nome può essere corretto fin che si vuole sotto l'aspetto topografico, ma è anche vero che inevitabilmente finisce per aver un effetto un po' riduttivo e declassante del litorale friulano e del retroterra compreso tra i fiumi Isonzo e Tagliamento. Una fascia di territorio che è invece un vero scrigno di ricchezze sotto l'aspetto storico, ambientale e anche enogastronomico. Ricchezze delle quali i friulani - stirpe dal carattere riservato e modesto e anche poco incline alle amplificazioni e alle esaltazioni pubblicitarie tipiche del nostro tempo - soltanto ultimamente hanno preso coscienza.

## CAMBIO DI ETICHETTA

**L**a Riviera Friulana, diciamolo chiaramente, non è comunque un'invenzione. E' sempre esistita, ma è merito dello scrittore e giornalista udinese Carlo Morandini averla portata alla luce e tematizzata dedicandone un suo libro (La Riviera Friulana) che ha finito per indicare il percorso di una rivalutazione d'immagine dell'intera fascia costiera friulana che negli anni a venire non potrà non generare nuovi importanti flussi turistici. L'idea vincente del libro di Morandini, quindi, è stata quella di aver ribattezzato la Bassa Friulana con il nome più radiante e solare di Riviera Friulana. Nello stesso tempo lo scrittore udinese ha ricordato che questo territorio friulano non ha soltanto le due spiagge di Lignano e di Grado ma vanta sotto il profilo storico, ambientale ed enogastronomico una quantità di eccellenze, alcune delle quali uniche nel loro genere. Ha ragione Morandini quando sostiene che in passato s'è battuto troppo a lungo il tasto di Lignano e Grado come terminal balneari del Nord e ultimamente anche dell'Est europeo, senza tener conto dell'importante e crescente interesse che il turismo dedica oggi alle prerogative e alle caratteristiche dei territori circostanti, nel caso specifico l'area rivierasca compresa tra i fiumi Tagliamento e Isonzo. Era tempo di cambiare un'etichetta geografica non più rispondente alla poliedrica moderna realtà del litorale friulano e del suo retroterra. Partendo da un semplice ma geniale cambio di targa, Morandini è arrivato così a suggerire, senza inventare o ampliare i contenuti della realtà del territorio, un suo nuovo percorso di valorizzazione. Il suo libro sulla Riviera Friulana ha



L'ingresso della storica Vineria da Scarpa nel centro di Lignano Sabbiadoro, nota anche come "Officina del musetto", obbligatorio punto d'incontro per tutti i buongustai e per tutti gli ospiti della spiaggia della Riviera Friulana. Nella foto Walter Casasola assieme alla figlia Chiara responsabile della conduzione operativa del locale.

finito così per scandire la tabella di marcia di un' articolata azione promozionale, un progetto che agli inizi di agosto è stato al centro di un convegno organizzato dall'Associazione Culturale "Iarivierafriulana". Si è svolto nella Terrazza a Mare di Lignano Sabbiadoro e si è soffermato in particolare sulle attrattive enogastronomiche del territorio e sul problema delle loro valorizzazioni. Con successo, perché Carlo Morandini nelle vesti di presidente della nuova associazione friulana ha saputo mettere in piedi un team di validi e ben preparati collaboratori.

#### ECCEZIONALE SOMMELIER

Uno di questi è Walter Casasola, segretario dell'associazione, un professionista con una lunga esperienza nella valorizzazione del territorio rurale e del turismo enogastronomico e instancabile ricercatore nel settore della viticoltura locale, nazionale ed europea e anche apprezzato sommelier A.I.S. Faccio la conoscenza di Casasola andandolo a trovare nella "Storica Vineria da Scarpa", obbligatorio punto di ritrovo di Lignano Sabbiadoro di tutti i buongustai della regione, e non tardo molto a capire di avere di fronte un appassionato scout animato da un' insaziabile curiosità alimentare e costantemente alla ricerca di nuove emozioni del palato. Walter Casasola dopo gli studi di Agraria si è formato durante lunghi anni al servizio dei de Asarta Kechler, la nobile casa-tenimento di Fraforeano che fino al 1954 ospitò nelle sue ville in Friuli il famoso scrittore americano Ernst Hemingway, al quale, tra l'altro, si attribuisce la paternità dello slogan di "Lignano Sabbiadoro, la Florida italiana". Rivierasco friulano di Palazzolo dello Stella con l'inconfondibile identikit di un cultore perduto innamorado del pa-

trimonio enogastronomico locale, Casasola nel corso di due indimenticabili ore trascorse con un gruppo di amici a un tavolo della Storica Vineria da Scarpa, nota anche come "L'officina del musetto", mi fa passare in rassegna, in compagnia di una Malvasia e di un Carbenet un'eccezionale serie di assaggi di piatti e di specialità della tradizione friulana. Antipasto di musetto e di soppresa, due insacchi tipici del veneto; pasta e fagioli, un mitico piatto che non può mancare in un convivio rustico friulano; seppie in umido e polenta e baccalà; formaggio Montasio, come si chiama oggi il vecchio latteria friulano, e "formaggio ubriaco", un formaggio stagionato nelle uve rosse. Per finire biscotti tipici locali abbinati al Piccolit di Gramogliano e al Verduzzo di Nimis, due importanti vini da dessert del Friuli. Una rassegna improvvisata con un'apparente naturalezza che nasce solo da precise cognizioni e da un collaudato buon gusto. Una serie di assaggi che mi hanno consentito d'immaginare a quali impareggiabili livelli potrebbe arrivare un menu rivierasco friulano da grande occasione preparato dal "rural tasterman" Walter Casasola, com'egli talvolta ama definirsi. Il turista che approdi sulla spiaggia di Lignano Sabbiadoro non potrà mai immaginare ciò che ha perso se durante il suo soggiorno non avrà varcato almeno una volta la soglia della Storica Vineria da Scarpa. Arrivo alla conclusione. Tutti i ristoratori italiani di successo che ho conosciuto in Germania hanno sempre avuto un denominatore comune: restare al passo con un'Italia gastronomica che cambia e migliora e inventa continuamente nel rispetto della tradizione. Auguro a tutti i lettori della nostra rivista di avere durante i loro soggiorni in Italia le mie stesse meravigliose occasioni d'incontro. ■

Luciano Barile



### UN MARCHIO ITALIANO

## Fiat 500 rubacuori

**A** qualcuno potrà sembrare piccola, ma la Fiat 500 è comunque molto vigorosa per portare il peso di tutti i premi e di tutti i riconoscimenti che le sono stati dati. Già campionessa ecologica tra tutte le vetture prodotte in Europa, con la più forte riduzione di CO2 negli ultimi quattro anni, e dopo aver conquistato il primo posto nella classifica della "Vehicle Owner Satisfaction" nella categoria minicar nella inchiesta realizzata in Germania dalla J.D Power And Associates, la Fiat 500 ha ora arricchito la sua imponente collezione di trofei di oltre 40 premi internazionali con altri due significativi riconoscimenti. Il primo in Germania le è stato conferito dal periodico FIRMENAUTO insieme con l'associazione tedesca per il controllo degli autoveicoli DEKRA, i quali all'innovativa minicar italiana hanno conferito il premio "Firmenauto des Jahres 2011".

Il secondo in Italia dove l'Associazione del Design Industriale ha premiato la Fiat 500 con il prestigioso "Compasso d'Oro", uno dei più ambiti premi internazionali di design. Nel frattempo la Fiat 500 prosegue la sua marcia trionfale nei più importanti mercati automobilistici mondiali. Dalla metà



di luglio la piccola grande vettura italiana della Fiat è in vendita sia negli USA (19.500 dollari) sia in Cina (190.000,00 RMB). Negli Stati Uniti, dove nel frattempo il gruppo Fiat già controlla la maggioranza del gruppo Chrysler, la Cinquecento ha segnato il ritorno del gruppo Fiat in un mercato che in questo periodo attraversa un particolare momento di crisi economica e che però sotto proprio quest'aspetto presenta aspetti promettenti per una vettura che come la Fiat 500 è in grado di percorrere con un gallone di benzina (3,7 litri) da 38 fino a 43 miglia (61-69 km). In Cina la Fiat Cinquecento è stata presentata contemporaneamente a Schanghai in versione "First Edition" di cui sono stati prodotti 100 esemplari i quali saranno estratti a sorte tra quegli acquirenti cinesi che avranno firmato un contratto d'acquisto

di una 500 tra il 12 luglio e il 15 settembre. I vincitori avranno il diritto di cambiare la normale vettura acquistata con una della serie limitata e numerata della "First Edition". Le vetture Fiat 500 destinate al mercato cinese sono assemblate nello stabilimento messicano di Toluca in tre versioni di cui una è equipaggiata con un motore da 1,4 litri MultiAir. Entro la fine del 2012 la Cinquecento

### CAMBIAMENTI AL CONSOLATO DI COLONIA

## Vita consolare

**L**a manovra economica decisa a metà luglio dal governo di Roma, con un potenziale di risparmio di 70 miliardi di euro, che dovrebbe comprimere il deficit sotto il 3% del Pil italiano ha ulteriormente messo in difficoltà gli avversari della razionalizzazione della rete consolare in Germania, che prevede la chiusura di quattro Consolati (Amburgo, Mannheim, Norimberga e Saarbruecken). Con l'augurio che possa essere trovata una soluzione alternativa, in questa sua edizione di settembre Buongiorno Italia dedica la sua attenzione all'uscita di scena di due benemeriti dipendenti che lasciano il Consolato di Colonia dopo oltre tre decenni di attività: Christa Walraven Ribaud, segretaria del Console Generale dottor Sgrò, e Franco Salamena, ultimamente responsabile dei servizi sociali. Nel primo caso per raggiunti limiti di pensionamento, nel secondo come conseguenza del trasferimento presso la sede dell'Ambasciata italiana nel Kanacistan, lo Stato nell'Asia centrale che confina con Russia e Cina. La Signora Ribaud (il nome di battesimo Walraven tradisce la sua origine olandese) ha svolto il suo non facile e delicato compito di segretaria lavorando con grande sensibilità e intelligenza a fianco di ben otto Consoli Generali che dagli inizi degli anni Ottanta si sono succeduti alla guida del Consolato Italiano nella Universitaetstrasse 81 di Colonia. Una sede mol-



Christa Ribaud, segretaria di otto Consoli

to importante, che dopo la caduta del muro di Berlino nel 1961 si era trovata a gestire il flusso di una forte ondata di "gastarbeiter" provenienti dall'Italia. Quale è stato l'evento più importante e significativo che la Signora Ribaud ha vissuto al Consolato di Colonia? "Credo sia stato il conferimento ad Aquisgrana del premio Carlo Magno al presidente della Repubblica Azeglio

Ciampi per i suoi meriti in favore dell'integrazione e dell'unione europea". Franco Salamena ha lavorato al Consolato di Colonia dal 1984 fino al luglio di quest'anno un po' in tutti i settori di attività di una rappresentanza ufficiale all'estero con un'interruzione di due anni (2004-2006) durante i quali è stato al Ministero degli Affari Esteri a Roma. Dei molti Consoli con cui ha lavorato a Colonia egli ricorda in particolare il Console Occhipinti per la sua grande signorilità e il Console Ducci per la sua attività avviata a livello culturale. Franco Salamena lascia la Germania per nuovi incarichi in Asia con un po' delusione a causa di un'Europa a cui

Paesi sembrano pensare in primo luogo più agli interessi economici nazionali che agli ideali dell'UE e con il rammarico di non essere riuscito a fare di più per la difesa dei diritti dei lavoratori italiani in Germania. Gli italiani del Nord-Reno-Westfalia li rimpiangeranno ambedue. ■



### Vino ed acqua

- Tutto sulla bevanda probabilmente più nobile



### Specialità alimentari

- I sapori del Belpaese



### Apparecchi termici

- Novità e consigli

LA NUOVA RIVISTA AMICA DI BUONGIORNO ITALIA:  
PIZZA E PASTA ITALIANA!

## buongiorno italia

#### Casa editrice

##### Verlag

ChefMedia Verlag GmbH  
Bechsteinstraße 27  
99423 Weimar  
www.chefmedia.de  
info@chefmedia.de  
abo@chefmedia.de

#### Geschäftsführer

Johann Scheid

#### Telefono/Fax

##### Telefon

+49 (0)3643 4158-0

##### Fax

+49 (0)3643 4158-19

#### Segreteria

##### Verwaltung

Tel. +49(0)3643 4158-12  
verwaltung@chefmedia.de

#### Redazione

##### Redaktion

Miriam Hähnel  
redazione@chefmedia.de  
Francesca Müller-Fabbri

#### Redazione grafica

##### Grafikredaktion

Patrick Stadler  
grafik@chefmedia.de

#### Collaboratori redazionali

##### Redaktionelle Mitarbeiter

Riccardo Vendrame, Alessandro Bellardita, Laura Durante, Luciano Barile, Elena Lanzi, Salvatore Testa, Tamara Dragus, Lorena Trotta

#### Pubblicità

##### Geschäftskundenbetreuung

Sandra Schelonke: 08157 92677-18  
sandra.schelonke@chefmedia.de

Miriam Hähnel: 03643 4158-16  
redazione@chefmedia.de

Julia Halbhuber: 03643 4158-11  
julia.halbhuber@chefmedia.de

Maren Röhlinger: 03643 4158-14  
maren.roehlinger@chefmedia.de

#### Periodicità

##### Erscheinungsweise

mensile / monatlich

#### Prezzo di copertina

##### Heftpreis / Jahresabopreis

uscita singola: € 5,90  
prezzo annuale: € 55,90  
(spese spedizione incluse /  
einschließlich Versand)

#### Coordinate Bancarie

##### Bankverbindung

Konto-Nr.: 3 624 757  
BLZ.: 753 900 00  
Volksbank Nordoberpfalz

