



spunti e consigli per la **Ristorazione Professionale**

Anno III, n. 2

Periodico mensile

Febbraio 2019

GROSSIMPIANTI
ARREDI ATTREZZATURE E IMPIANTI PER
IL BAR LA RISTORAZIONE ED IL CATERING

Sommario

Oli e grassi esausti	pag. 1
Il marketing esperienziale	pag. 2
"Gluten free" e abbattitore	pag. 3
"Il Vesuvio" a Frosinone	pag. 4
Referenze	pag. 4

Oli e grassi esausti:

come trattare l'olio dopo la frittura?

La legge contempla una specifica disciplina a cui devono attenersi gli esercizi pubblici che producono olio da cucina esausto. Tale rifiuto, è ormai noto, deve essere trattato in modo corretto visto l'alto potenziale inquinante. Sarà dunque cura del ristoratore raccogliere oli e grassi - vegetali ed animali esausti - e rivolgersi al CONOE, il consorzio nazionale di raccolta e trattamento, raccogliere il liquido in appositi contenitori e richiederne il ritiro presso la propria sede. Va inoltre redatto un registro del carico e scarico degli oli prodotti e di quelli conferiti che, una volta trattati e trasformati, verranno utilizzati come lubrificanti, recupero energetico e distaccanti per l'edilizia. Inoltre, gli oli ed i grassi sottoposti a trattamenti termici, come appunto quello della frittura, subiscono trasformazioni della loro composizione chimica con conseguente modifica del valore nutrizionale e delle caratteristiche organolettiche. Per prevenire possibili rischi per il consumatore, derivanti dall'uso improprio o eccessivamente ripetuto

di oli e grassi per frittura, il Consiglio dei Ministri ha approvato un disegno di legge recante modifiche alla Legge n. 35 del 1968 e che propone raccomandazioni specifiche alle quali attenersi dopo l'impiego di tali sostanze per frittura non domestiche. Fra queste, quella di utilizzare per la frittura solo gli oli e i grassi alimentari idonei a tale trattamento, in quanto più resistenti al calore. Va poi tassativamente evitato che la temperatura dell'olio superi i 180°C. Gli alimenti da friggere vanno curati, per evitare al massimo la presenza di acqua e l'aggiunta di sale e spezie che accelerano l'alterazione degli oli e dei grassi. È inoltre da bandire assolutamente la pratica della ricolmatura (aggiunta di olio fresco a quello usato). L'olio usato andrebbe, infatti, filtrato su idonei sistemi e/o sostanze inerti. A tal scopo esistono sistemi di filtraggio senza l'utilizzo di alcun additivo chimico, in modo che l'olio conservi tutte le sue caratteristiche per offrire fritti di ottimo gusto e qualità e che permettano di ottimizzare, risparmiare olio, manodopera, costi di stoccaggio e trasporto. Dunque una differenza sostanziale che potrà essere apprezzata in primis dal ristoratore, ma che non passerà inosservata al consumatore in termini di qualità del prodotto finale.



Marketing esperienziale

al ristorante

A partire dall'arredo fino ad arrivare al menù o anche alle etichette, ci troviamo a scegliere il locale che possa in un certo modo rappresentarci, che parli di ciò che siamo e di ciò che ci piace. Se davvero gradiamo una full immersion nel piacere, bisogna togliere di mezzo il cellulare e godersi un'esperienza da vivere e da sostituire a quella di un semplice pasto. Le tendenze più in voga sono svariate e molto ricercate: quella culinaria multisensoriale, quella in cui a rotazione e negli stessi spazi si avvicendano chef diversi con differenti tipologie di cucina; quella delle

per trovarvi posto. Anche nel caso delle etichette il rimando è immediato: videogiochi, serie tv, gruppi musicali famosi, film indimenticabili... e altro. I fattori che contribuiscono nella scelta di un locale spesso sono dettati da un'emozione, da un ricordo piacevole. Un'esperienza può risultare anche unica quando intervengono determinati elementi a creare la differenza, che possono essere tattili, sonori, gustativi, olfattivi, visivi e sociali. Ecco comparire di nuovo la "tematizzazione", ovvero l'individuazione di uno specifico tema che faccia da *fil rouge*

**Marketing
esperienziale:
il valore aggiunto
nel locale**

uno slogan, una foto non costituiscono più l'elemento al quale circoscrivere il processo di comunicazione. È necessario andare molto oltre, puntando ai sentimenti, al pensiero, alle emozioni. È il



marketing esperienziale che fa muovere le persone verso un posto o un locale piuttosto che un altro. È

"cene narrative" o delle "cene con delitto"... insomma ce n'è per tutti i gusti. Fare un'esperienza "emotiva" al ristorante è una scelta che seduce e fa da traino a qualunque età; la nascita di locali a tema *cartoon* o serie tv, come quello romano "Movie Restaurant" (la cui parte tecnica è stata curata dalla Grossim-pianti) rappresentano addirittura una sfida quotidiana

all'interno del locale. L'arredamento e la creazione di un'atmosfera, sarà per il cliente un palcoscenico in grado di offrire sensazioni e suscitare emozioni. Se ci pensiamo bene, il ricordo può essere fissato nella mente solo dopo aver vissuto un'emozione intensa, basata su un'esperienza che ci ha coinvolti sia nella mente che nel cuore. Un'immagine,

il marketing del coinvolgimento, della condivisione delle esperienze e dell'interazione dinamica. Tutto ciò che è destinato a creare un valore aggiunto.

Elisabetta Grossi

La lavorazione del prodotto “gluten free”

e l'uso dell'abbattitore

L'Incontro con la titolare del forno per prodotti senza glutine “Piubbuono Bakery” di Frosinone, ci ha dato uno spaccato sul delicato lavoro di chi produce prodotti dedicati a chi soffre di questa ormai diffusa patologia. Così dichiara la Signora Silvana: *“una delle tecniche che ha aiutato in modo esponenziale la produzione e l'organizzazione della nostra attività è stato*



senz'altro l'uso dell'abbattitore. L'assenza di glutine richiede l'impiego di farine e amidi particolari in quanto il prodotto tende ad asciugare più in fretta di quello con farine e impasti tradizionali”. L'impiego di un abbattitore di livello aiuta il controllo regolare e preciso dell'umidità del prodotto. Le lievitazioni sono programmate in modo da poter ottimizzare in maniera costante i tempi e le lavorazioni. Un abbattitore impiegato a tal fine consente inoltre di utilizzare meno quantità di lievito così da sfornare un prodotto finale più leggero. Anna, pasticciera professionista dell’“Anio Novus” di Tivoli aggiunge che: “la macchina lavora 24 ore al giorno. Si inizia la mattina con i lieviti per la colazione, si prosegue con le creme, in seguito la surgelazione di prodotti sia dolci che salati per avere preparati sempre pronti all'uso e al fine di assicurare una produzione settimanale o quindicinale con lo scopo di accontentare qualunque richiesta da parte dei clienti più esigenti. Si prosegue con la cristallizzazione del cioccolato e, di norma, si ricomincia con la lievitazione del giorno successivo. Nei periodi di maggiore richiesta permette di gestire

inoltre lavorati che con una produzione giornaliera non si riuscirebbero a sfornare. Questa la scelta nella nostra attività. Siamo così in grado di rispondere alla sempre maggiore richiesta anche di questo particolare mercato e di favorire la crescita della nostra impresa”. Grossimpianti è fornitore dell'abbattitore Vision della Coldline. L'evoluzione e l'eccellenza tecnologica per un cammino di efficienza al servizio dei nostri clienti.



“Il Vesuvio”: una pasticceria d'eccellenza

La storica pasticceria frusinate - ma di tradizione napoletana - “Il Vesuvio”, dopo la recente inaugurazione dei nuovi locali rinnovati e arredati con gusto e ricercatezza, ha iniziato il 2019 a gonfie vele. La famiglia Mantelli da oltre trent'anni è sinonimo in città di alta pasticceria. Vittorio, titolare e *pastry chef*, si è insediato nel capoluogo nei primi anni '80 e oggi come allora segue pochi ma fondamentali principi: la ricerca di ingredienti d'eccellenza e l'attenzione e la cura in ogni preparazione. Requisiti indispensabili questi per fare la gioia sia degli occhi che del palato. Una pasticceria rigorosamente artigianale fatta con passione, mani e tempo. Il punto forte de “Il Vesuvio” è l'arte pasticceria napoletana: babà, sfogliatelle e frolle per i dolci lievitati, i panettoni, le torte e oltre 40 tipi di mignon di gusti differenti. Il team di pasticceria de “Il Vesuvio” assaggia, studia e seleziona durante tutto l'anno i migliori ingredienti stagionali e



più consone, gradevoli ed originali per ogni prodotto. Lo studio delle ricette è in costante evoluzione per rendere il risultato sempre più gustoso ed equilibrato. Tutto questo rispettando anche le ricette del passato, tramandate con amore e dedizione da una famiglia di pasticceri napoletani da cui Vittorio ha ereditato la tradizione trasferendola in seguito alla figlia Carmen ed al genero Gino, giovani ed

entusiasti testimoni di un'arte che non può fare a meno di sacrificio, impegno e guida esperta. Per la pasticceria “Il Vesuvio” le condizioni imprescindibili guardando al futuro sono: una ricerca costante che consenta l'ingresso di nuove eccellenti materie prime, corsi ed aggiornamenti di prestigio per un'offerta sempre più variegata ed originale, l'ideazione di *packaging* inediti ed eleganti al fine di donare la giusta veste ed importanza ai propri prodotti, unici a Frosinone. Potremmo riassumere questa preziosa realtà in soli tre aggettivi: storica, innovativa, elegante. Un grazie sentito dunque per aver preferito la Grossimpianti nel *restyling* delle dotazioni ed attrezzature

tecniche del laboratorio di pasticceria, affinché tecnologia e tradizione vadano avanti sempre insieme nel rispetto della professionalità e della ricerca dell'eccellenza.

Elisabetta Grossi

GROSSIMPIANTI
CATERING
EQUIPMENT

Sede Legale: **FROSINONE** 03100 Via Casilina Nord, Km 82,100 n.153
tel. 0775 270.800 r.a. - fax 0775 270.810

Sede di: **LATINA** 04100 Via Piave, 8 tel. e fax 0773 690.699

Sede di: **ROMA** 00199 Via Leoncavallo, 27
tel. (06) 86399364 - fax (06) 92931806

Testata giornalistica n. 3609/16 del 7.12.2016 – Registro della Stampa presso il Tribunale di Frosinone

Direttore Responsabile: Maurizio Lozzi

In redazione: Elisabetta Grossi

Editore: Grossimpianti S.r.l. – Via Casilina Nord 153 – 03100 Frosinone
per contattare la redazione: social@grossimpianti.it