



spunti e consigli per la **Ristorazione Professionale**

Anno I, n. 4

Periodico mensile

Aprile 2017

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



Al Wine Day 2017 presentiamo il progetto **CUCINA in CANTINA**

Come espositore e partner del Wine Day 2017, Grossimpianti è lieta di presenziare a questo importante evento giunto alla sua IX Edizione. Questo numero di "Check List!" sarà disponibile all'interno della manifestazione dove la nostra Azienda sarà presente con un desk espositivo a disposizione di tutti gli operatori del "WINE" che credono in un accattivante affiancamento con il "FOOD". Grossimpianti ha scelto il Wine Day 2017 per consentire agli operatori del settore di

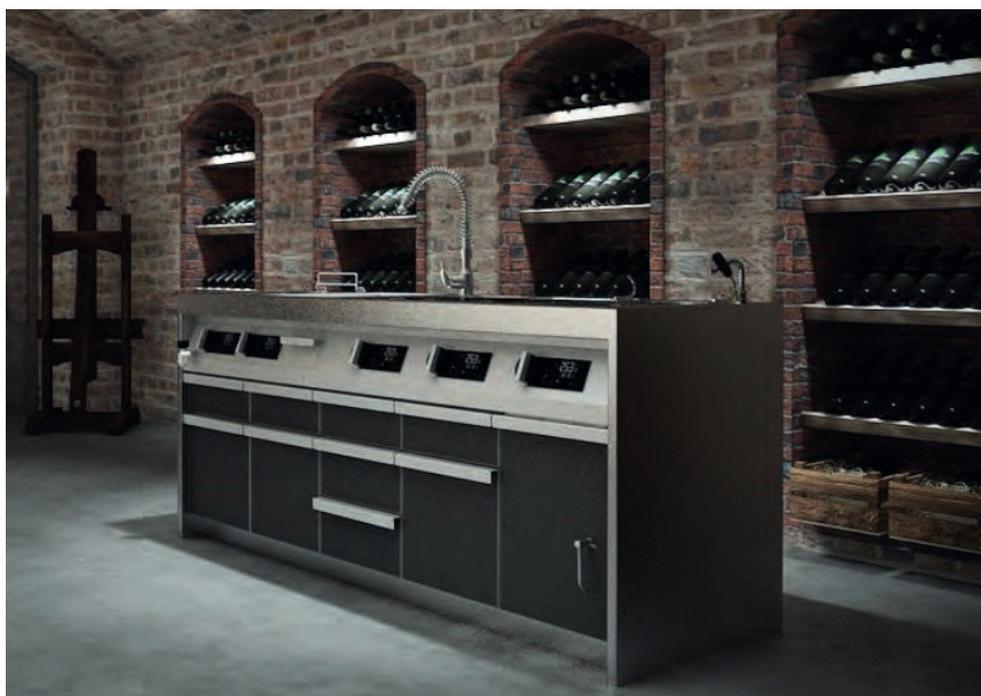
scoprire il monoblocco intelligente da cantina, in grado di arricchire con il suo ricercato design, ogni locale adibito alla conservazione, alla produzione ed alla degustazione del vino. Tutta in acciaio inox, la protagonista del nostro progetto "Cucina in cantina", disponibile in tre modelli, garantisce la massima robustezza e funzionalità. Vi aspettiamo al nostro desk per presentarvela.

Benvenuti e buona lettura!

La Redazione

Sommario

"Cucina in cantina"	pag. 1
Check List! in crociera	pag. 2
Il menù fa la differenza	pag. 3
Notizie flash	pag. 4
Referenze	pag. 4



Check List! incontra gli Chef in crociera

Per uno Chef sulla nave da crociera: *“Non importa dove sei, perché ovunque tu sia, non ti perderai mai!”* È proprio così, in modo più o meno evocativo, che la pensa la maggior parte dei cuochi impegnati sulle grandi navi, dove la cucina è uno dei punti forti e le varie compagnie di navigazione cercano sempre i migliori Chef per proporre menù speciali che possano far gola ai numerosi clienti. Ovviamente il servizio offerto è di prima classe: cibo ricercato, buona scelta di vini, Chef di prim'ordine, sommelier e quant'altro. Abbiamo avuto modo di incontrare alcuni di questi Chef in una breve crociera a cui, come redazione, abbiamo avuto modo di partecipare. Per dovere di cronaca, va detto che nelle “brigade di cucina” di queste vere e proprie città viaggianti, gli Chef vedono il positivo in ogni cosa. E lo trasmettono sia nel loro quotidiano lavoro, sia nella loro continua possibilità di incontrare e conoscere sempre nuove persone, ma – cosa che tutti gli altri Chef operativi a terra non hanno - soprattutto quando la loro nave attracca e consente loro di scoprire ogni angolo e aspetto dei luoghi che riescono a visitare. Più che un mestiere nel vero senso della parola, gli Chef a bordo ci hanno parlato del loro lavoro definendolo tutti con un'unica parola: passione.

Questo lo dice lunga sulla loro carica motivazionale che, dopo vari stage formativi, li porta per mesi e mesi a stare lontani da casa e dai loro cari, riempiendo però le loro giornate con uno spirito di adattamento che ci ha lasciato stupiti nell'ammirare la loro capacità di associare lavoro e viaggio, mettendosi in gioco ogni giorno. A Mimmo, napoletano doc, abbiamo chiesto quale sia stata la molla che lo ha spinto a lavorare in mare: *“Avevo voglia di fare qualcosa di diverso dalla solita routine – ci ha detto –*



ma soprattutto di crescere dal punto di vista esperienziale, lavorativo ed umano. Il vantaggio di questo lavoro è che ti permette di cambiare ogni volta location e di non rimanere, scusate il giro di parole, solo con i piedi a terra”. Dopo questa metafora di chiara ispirazione partenopea, abbia-

mo avuto modo di sentire anche Donata, siciliana purosangue, che di lavorare in cucina si ritiene *“fortunata perché con questo lavoro sono riuscita ad assaporare diversi stili di vita passando di luogo in luogo. I posti visitati sono stati davvero molti, ma la cosa che a bordo più mi piace è che portiamo il nostro ‘made in Italy’ in tutto il mondo facendolo conoscere ai cittadini di ogni nazionalità”.* Compresi noi di “Chek List!” che invece abbiamo fatto conoscere loro la nostra pubblicazione e l'operatività nella ristorazione professionale della Grossimpianti. Prima di chiudere, però una considerazione finale va fatta. Pur lontani dalle loro case, i membri di queste “brigade di cucina” e gli Chef che vi lavorano, hanno mostrato come nei loro volti ci sia sempre il sorriso, ma anche una gran voglia di lavorare che li rende veramente fantastici, tanto più se commisurata alla loro capacità di esternare un problema che, per quanto ci sia stato possibile restare con loro, hanno dimo-

strato di saper affrontare sempre con ottimismo e nella vita a bordo, affascinante ma non sempre comoda, questa non è solo una dote, ma soprattutto il segno di una maturità, umana e professionale, che in questo particolare ambito lavorativo fa davvero la differenza.

Elisabetta Grossi

**La professione dello
Chef a bordo delle
grandi navi da
crociera**



L'apparenza inganna un bel menù mai



Come attirare l'attenzione della clientela di un ristorante? Se l'appetito vien mangiando, di certo viene, o meglio dovrebbe venire, sfogliando il menù, ma è fondamentale che questo sia ben scritto e che tenga soprattutto conto di come farci scegliere un piatto, piuttosto che un altro. Nomi e descrizioni dei cibi dovranno evocare particolari suggestioni e aspettative ma... non solo. Oggigiorno il ristoratore deve improvvisarsi non solo psicologo, come spesso accade con i clienti, ma rivelarsi un vero e proprio ingegnere capace di progettare il suo menù. Anche perché un bel menù è un ottimo biglietto da visita per far sì che si possa-

no apprezzare da subito le performance culinarie che sono poi la base per capitalizzare i ricavi nel proprio esercizio. Un esempio può essere la modifica del nome di una pietanza ordinaria, che allungato o manipolato, meglio dire magari strategicamente corretto, potrebbe aumentare la possibilità che quel piatto venga maggiormente ordinato. Uno studio della Cornell University si è proposto di analizzare oltre 200 menù diversi per rilevare il consumo ed il comportamento dei clienti. Il risultato è stato che anche un fattore decisamente non commestibile come il *design* del menù, oltre al modo in cui i piatti vengono descritti, riesce ad incoraggiare i clienti ad ordinare una specifica portata, piuttosto che un'altra. Quindi anche a partire dal *font*, dal testo evidenziato o da altre soluzioni grafiche, è risultato che le caratteristiche dell'impatto visivo sono in grado di polarizzare l'attenzione dei clienti persino verso piatti meno salutari e adeguatamente cari. O esattamente il contrario. Quindi anche un piccolo logo o un particolare segno grafico possono aiutare ad individuare la portata che un abile ristoratore desidera mettere in evidenza. Da questo singolare studio, si evince che l'occhio umano legge le pagine del menù dal centro verso sinistra e dall'alto verso il basso. Ecco, quindi, che diventa strategico impaginare il menù in quattro quadranti, a seconda dell'importanza che vogliamo dare ad alcune voci piuttosto che ad altre. La copertina poi, è quella dove il ristoratore deve "metterci la faccia" e quindi bisogna agire di fino, evidenziando bene il logo del ristorante, ponendo in chiara evidenza il nome e fornire, in maniera breve e comunque esaustiva, una breve descrizione. Le foto, se ben fatte e rispondenti a verità, possono sia aiutare che, al tempo stesso, rivelarsi controproducenti. Importante è che esse vengano fatte sempre a regola d'arte da un fotografo professionista e che i piatti proposti siano veramente in linea con la loro foto, e non descritti visivamente da immagini scaricate da database presenti sul web. Primo perché potrebbero essere molto lontane dalla realtà e secondo – fatto davvero non trascurabile – potrebbero già essere state viste *on line* o, peggio ancora, sul menù o sulla carta dei vini di qualche altro ristorante. Quindi non solo *in vino*, ma *in photo veritas*.



• **TUTTOFOOD** – L'edizione di TUTTOFOOD, Salone Internazionale dell'Agroalimentare, a Milano fino all'11 maggio 2017, mira quest'anno a guardare oltre il cibo. Si tratta di una scelta voluta dagli organizzatori per iniziare a comprenderne appieno le potenzialità nutrizionali e le conseguenze che esso ha sulla nostra salute. Si tratta di aspetti divenuti ormai cardine di una nuova cultura dell'alimentazione e, infatti, le normative internazionali che mirano a garantire genuinità della produzione, nuove forme di assunzione del cibo, una accresciuta consapevolezza da parte del consumatore sulla certificazione di origine degli alimenti, oltre a una domanda



sempre più diffusa di referenze specifiche, come per esempio, i prodotti senza glutine, vegani o di qualità certificata, rendono questo salone lo spazio ideale per informarsi sulla nutraceutica, ovvero l'opportunità di trovare nel cibo risposte alla salute per la prevenzione di malattie e disturbi come

N

notizie FLASH

a cura di
Elisabetta Grossi

celiachia, allergie e intolleranze alimentari.

• **IL SERVIZIO IN SALA** Come comportarsi durante il servizio in sala? Ma innanzitutto cos'è la sala? La "sala" è il luogo in cui un professionista del settore può esprimersi con la fantasia allo scopo di accogliere al meglio i clienti per offrire loro un'esperienza sensoriale unica. La base della "sala" parte in primis dall'educazione e dall'umiltà, allora che forse i giovani d'oggi hanno perso. E' compito dunque delle scuole di formazione avere un ruolo importante nel trasfondere questi principi, e trasmettere quindi disciplina ed amore



per questo meraviglioso lavoro.

• **GESTIONE A BASSO CONSUMO** Nella gestione di un ristorante il consumo di energia rappresenta, a livello economico ed ambientale, uno degli aspetti più incisivi. Sono numerose infatti le attrezzature professionali di cui si servono cuochi e gli addetti in una cucina sia di un ristorante, di una mensa aziendale o di un *fast food*. L'acquisto di attrezzature nuove e dotate di funzioni tecnologicamente



avanzate, può ripagarsi, nel corso del tempo, grazie proprio al risparmio energetico e lavorativo che offrono nelle varie fasi sia della preparazione, che del servizio. Una progressiva opera di sostituzione di vecchie cucine, forni e frigo con apparecchiature più professionali e dal consumo più sostenibile può rivelarsi la soluzione ottimale. Il consiglio quindi è di puntare sull'innovazione e su una costante ed attenta manutenzione al fine di poter gestire il *budget* di differenza sulla fidelizzazione dei vostri clienti.

GROSSIPIANTI
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