



spunti e consigli per la **Ristorazione Professionale**

Anno II, n. 11

Periodico mensile

Novembre 2018

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



Sommario

Norme igieniche nei locali	pag. 1
La prima impressione	pag. 2
Gelaterie a tre coni	pag. 3
Le chiavi del successo	pag. 4
Referenze	pag. 4

Chi garantisce

che le norme igieniche siano rispettate?



Mangiare al ristorante sta diventando sempre di più un lusso, L'importante è mangiare bene e soprattutto in un ambiente pulito e sicuro. Nella scelta del ristorante, oltre alla qualità del cibo, fa la differenza anche il livello di igiene degli ambienti e di chi maneggia gli alimenti. La cucina va mantenuta in ordine, le postazioni di lavoro vanno pulite regolarmente dopo ogni fase di lavoro, utilizzando strofinacci puliti, meglio ancora se monouso. Anche i macchinari, gli apparecchi e gli utensili devono essere lavati dopo ogni utilizzo. La pulizia degli operatori dello staff di cucina inoltre è sempre un punto di fondamentale importanza: sulla pelle e sul cuoio capelluto si annidano sempre tanti microbi e batteri. Le mani, in particolare, devono essere impeccabili: unghie tagliate il più corte possibile e senza smalto. In cucina, poi, sono assolutamente vietati anelli, braccialetti, orologi. Il lavaggio delle mani deve essere fatto con sapone e acqua calda tra una fase e l'altra del lavoro. Dopodiché andrebbero

non fumare e, soprattutto, non lasciare aperte le ferite da coprire sempre con cerotti resistenti all'acqua, fasciature o guanti di gomma. Per quanto riguarda l'abbigliamento, è necessario indossare sempre abiti da lavoro puliti e conservare separatamente quelli privati. Accortezza da non dimenticare mai è poi il raccogliere i capelli lunghi ed indossare sempre un cappellino. I prodotti come detersivi e disinfettanti devono, invece, essere tenuti fuori dalla cucina, proprio per non rischiare che qualche goccia finisca sui cibi e li contaminino di antiparassitari o sostanze corrosive. La pulizia delle cucine e dei piani di lavoro gioca infine un ruolo fondamentale. Quando è corretta è ideale per garantire la sicurezza dei prodotti alimentari, dei suoi operatori e soprattutto dei consumatori finali. Per questo ogni aspetto all'interno di un locale deve rispettare le norme in merito all'H.A.C.C.P., ovvero una serie di misure cautelative che assicurano ai clienti gli standard minimi di sicurezza. L'adozione di queste misure legate ad una corretta prassi igienica rappresentano infatti il biglietto da visita più importante che un locale possa adottare, prima ancora di un arredamento di tendenza o di un menù accattivante. Meglio dunque tenerne sempre conto.

Non fumare e, soprattutto, non lasciare aperte le ferite da coprire sempre con cerotti resistenti all'acqua, fasciature o guanti di gomma. Per quanto riguarda l'abbigliamento, è necessario indossare sempre abiti da lavoro puliti e conservare separatamente quelli privati. Accortezza da non dimenticare mai è poi il raccogliere i capelli lunghi ed indossare sempre un cappellino. I prodotti come detersivi e disinfettanti devono, invece, essere tenuti fuori dalla cucina, proprio per non rischiare che qualche goccia finisca sui cibi e li contaminino di antiparassitari o sostanze corrosive. La pulizia delle cucine e dei piani di lavoro gioca infine un ruolo fondamentale. Quando è corretta è ideale per garantire la sicurezza dei prodotti alimentari, dei suoi operatori e soprattutto dei consumatori finali. Per questo ogni aspetto all'interno di un locale deve rispettare le norme in merito all'H.A.C.C.P., ovvero una serie di misure cautelative che assicurano ai clienti gli standard minimi di sicurezza. L'adozione di queste misure legate ad una corretta prassi igienica rappresentano infatti il biglietto da visita più importante che un locale possa adottare, prima ancora di un arredamento di tendenza o di un menù accattivante. Meglio dunque tenerne sempre conto.

Elisabetta Grossi

È importante per un ristoratore

la prima impressione del cliente?

Che la ristorazione non sia solo una questione di gusto ma ovviamente di business, non è certo un gran segreto. Come per ogni attività economica, anche il mercato della ristorazione esige che gli imprenditori del comparto manifestino la capacità di saper ascoltare e interpretare i cambiamenti legati alle nuove metodologie gestionali ed alle competenze manageriali. Si tratta di conoscenze sia strategiche che fondamentali per quanto riguarda la creazione di nuovi piatti o di nuovi menu, ma soprattutto indispensabili per migliorare le proprie performance in un mercato che registra purtroppo tassi di "mortalità" non certo trascurabili. Secondo rapporti stilati recentemente da strutture vocate a questo, oggi in Italia un ristorante su quattro chiude i battenti entro i primi 24 mesi. Che l'enogastronomia italiana rappresenti una chiave di incentivazione nel settore turistico del nostro Paese è senz'altro vero, ma mettersi in attività senza considerare le nuove dinamiche e i vincoli esistenti, conduce solo ad una



ristoratore deve considerare che per ogni nuovo cliente, non si avrà mai una seconda occasione per fare una buona prima impressione e quindi l'attenzione alla pulizia del locale, la qualità e la selezione dei cibi, il comportamento del personale, l'igiene nei bagni e via dicendo, riflettono sempre il livello generale nella gestione

cattiva gestione che porta inevitabilmente a non intercettare le opportunità di business presenti. Sono, infatti, oltre trecentomila le attività del locale. Non è sufficiente pensare di preparare buoni piatti, serve molto di più. Un locale deve tendere ad essere il luogo delle piacevoli e delle inaspettate sorprese, dei sorrisi, dell'accoglienza, del buon umore e di molto altro. Troppo spesso a questi fattori si presta poca attenzione, tralasciando elementi che invece genera la prima impressione. Investire tempo nel generare una prima positiva impressione, implementare sistemi di controllo di tutti gli aspetti che la influenzano, è di fondamentale importanza. Anche perché se la prima impressione è negativa, la clientela si focalizzerà immediatamente su questo aspetto quando invece, una buona prima impressione rende anche i piatti più buoni da gustare.

cattiva gestione che porta inevitabilmente a non intercettare le opportunità di business presenti. Sono, infatti, oltre trecentomila le attività

***In ogni locale
la prima
impressione è
quella che conta***

tà che lungo tutto lo Stivale, rendono prezioso questo settore per la nostra economia, ma il successo richiede capacità di analisi, studio, professionalità e modelli di business che sappiano risultare fattibili e concreti. Ogni

del locale. Non è sufficiente pensare di preparare buoni piatti, serve molto di più. Un locale deve tendere ad essere il luogo delle piacevoli e delle inaspettate sorprese, dei sorrisi, dell'accoglienza, del buon umore e di molto altro. Troppo spesso a questi fattori si presta poca attenzione, tralasciando elementi che invece genera la prima impressione. Investire tempo nel generare una prima positiva impressione, implementare sistemi di controllo di tutti gli aspetti che la influenzano, è di fondamentale importanza. Anche perché se la prima impressione è negativa, la clientela si focalizzerà immediatamente su questo aspetto quando invece, una buona prima impressione rende anche i piatti più buoni da gustare.

E.G.

Per una stagionatura

ideale delle carni

Nella produzione di salumi affinché il prodotto risulti davvero buono bisogna che avvenga una sinergia tra diversi fattori: la qualità della carne, la salagione e la stagionatura. I salumi possono essere ricavati da una parte intera dell'animale, come il prosciutto, possono essere cotti o crudi e insaccati. Per quanto riguarda la provenienza delle carni è noto che la maggioranza dei salumi proviene da carne di maiale,

ma si possono ottenere da tutte le carni.

A tal fine una delle fasi più importanti è sicuramente la stagionatura. Con questo procedimento le carni cambiano completamente anche nell'aroma, perché i salumi acquistano determinate caratteristiche anche a seconda della temperatura, umidità e ventilazione. I tempi della maturazione della carne vanno costantemente controllati e seguiti per non creare difetti al prodotto finale e per poter degustare in seguito il salume esattamente nel momento in cui offrirà la massima espressione di sé. Durante il procedimento della stagionatura il salume perde le caratteristiche

tipiche della carne fresca, acquisisce gusto e consistenza e diviene inoltre più digeribile rispetto alla carne che non ha subito un processo di stagionatura. Un salume diventa tale, infatti, solo a completamento del processo di stagionatura. A seconda della pezzatura della carne la lavorazione è più o meno lunga ed è pronta quando ha tirato

fuori l'acqua e tutta la parte bianca. Il parametro usato ai fini di un ottimo giudizio finale sul prodotto è il grado di stagionatura: più è lungo, più è possibile rendersi conto di ciò che viene restituito al palato. E la ventilazione? La ventilazione è un fattore fondamentale che riesce a variare moltissimo l'iter del processo di stagionatura. E' sempre preferibile prediligere la ventilazione naturale rispetto a quella controllata e artificiale. Un tipico esempio di eccellenza è quello del prosciutto di Bassiano, in provincia di Latina, che viene

stagionato davanti a finestroni spalancati sul mare: il risultato è sorprendente. Dove il clima è però imprevedibile, l'alta qualità di carni, aromi e spezie può essere messa al sicuro esclusivamente attraverso l'impiego di armadi stagionatori. Oggi i moderni produttori norcini sentono la necessità di ricreare le stesse perfette condizioni di stagionatura utilizzate un tempo, al fine di ottenere la stessa qualità, garantire condizioni di asciugatura e stagionatura che si rivelino ideali per un prodotto di eccellenza.



Le chiavi giuste per un locale di successo?

Non è più sufficiente oggi essere titolari di un Ristorante, Bar, Pasticceria o Pizzeria e offrire cibo di qualità per avere successo. A tal fine è invece necessario fare sempre la differenza e utilizzare qualcosa di più e di diverso che possa davvero colpire i clienti. Come fare per rendere il locale più interessante? Di sicuro bisogna fornire un motivo valido per farlo scegliere. Si tratta di una delle più importanti regole del *marketing*. La prima cosa da fare è porsi questa domanda: "Perché un cliente dovrebbe venire nel mio locale?". Il personale stesso

del locale può aiutare il gestore chiedendo a fine pasto, ad esempio, dei *feedback* sul servizio, le pietanze o l'accoglienza. La cura dei dettagli, anche nel modo in cui si tratta la clientela ospite, fa sicuramente differenza.

L'attenzione sulla *mise en place* a seconda del servizio che si dovrà svolgere, l'utilizzo di materiali riciclati, luci adeguate e posateria curata sono inol-

tre dettagli che difficilmente passano inosservati. Il consiglio è di prendere gli oggetti e le co-



se più banali e renderle uniche. Ad esempio, come può essere realizzato il menù? È un banalissimo foglio di carta o un oggetto di stile che può riprendere la filosofia del locale? Altra co-

Tutti consigli ed attenzioni da porre in atto. Scoprire poi un nuovo metodo di cucinare o di proporre un piatto che sta andando alla grande, può rivelarsi una strategia efficace. L'importante è non smettere mai di fare ricerche sulla ristorazione, perché anche i clienti sono attenti alle novità in giro. Ecco perché bisogna imparare a sfruttarle e a saperle anticipare. Bisogna puntare a diventare il locale più frequentato. Un vecchio detto dice: "meglio un pesce grande in uno stagno piccolo, che un pesce piccolo in uno stagno grande". Guadagnarsi una nicchia di mercato e diventare

i migliori è spesso l'approccio vincente. Il biglietto da visita di un locale, non è quello di cartoncino, ma il locale stesso. Quindi assicurarsi di curare tutta l'immagine, comprese le pareti, il pavimento, fino all'arredamento e ai tavoli è inevitabile. La promozione di un locale inizia da semplici azioni, come eventi *ad hoc*, dopo di che promozioni sui social e... via.

Elisabetta Grossi



sa importante poi è la ricerca e l'aggiornamento continuo per stupire il cliente: modificare una ricetta, scoprire una nuova spezia, creare nuovi piatti esotici e utilizzare un nuovo approccio.

GROSSI IMPIANTI
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