

COPIA OMAGGIO
€1,00

NUMERO ZERO Orizzonte

RIVISTA DI ORIENTAMENTO NEL FOOD SERVICE



ora c'è anche...

Orizzonte

rivista di orientamento nel food service

anno 1 - numero 1 - settembre/ottobre 2006 - copia omaggio



Farina e semilavorati per pizzerie



SOMMARIO

EDITORIALE

Perché nasce "Orizzonte" • 6

RUBRICHE

Fisco e dintorni • 9

Al via le nuove regole per i "buoni pasto"

Finanza e dintorni • 10

Il "gusto" dei finanziamenti

Sicurezza alimentare • 12

Scarsa igiene degli alimenti ...pericolo costante!

L'avvocato ti orienta • 14

La privacy negli alberghi e nelle strutture ricettive: vietato schedare i clienti

Rassicurazioni • 16

Migliorare la concorrenza e combattere l'evasione fiscale

Evoluzione sociale • 18

Benvenuti al prêt-à-porter del gusto

Eventi • 20

Salone del Gusto 2006 • Cibus 2006

Sognatori e viandanti • 28

I tempi del turismo

INSERTO

Spazio alle regioni • 23

PRODOTTI

Beverage • 31

Chef e sommelier: insieme con passione

Il mondo del fresco • 32

Caciotta umbra e marchigiana: "campione d'Italia"

Attrezzature e componenti • 34

Allestire un'azienda di ristorazione. Ogni attrezzo al posto giusto

Sapori dal mondo • 36

Pata negra

Buongusto italiano • 37

Culatello di Zibello, un pasto da Re

VARIETÀ

Lo specialista del food service • 39

Il cliente è servito!

L'alimentazione nel tempo • 40

Il formaggio va in convento

Offro&Scambio • 42

Dall'antipasto al dolce • 44

Le ricette di Roberto Lodovichi

Divertimento • 46



Orizzonte

RIVISTA DI ORIENTAMENTO NEL FOOD SERVICE

anno I - numero 0 - settembre/ottobre 2006

www.rivistaorizzonte.com
redazione@rivistaorizzonte.com

Casa Editrice

Innovazione srl

Via Palmiro Togliatti, 25

06073 Taverne di Corciano (PG)

Tel. 075-7328090 - fax 075-5170267

www.innovazione2006.com

Direttore Editoriale e Responsabile

Daniilo Nardoni

Segretaria di Redazione

Danila Mariani Zucchi

Redazione

Anna Santilli • Antonio Boco • Cristina Panico

Fabio Cancelloni • Leonardo Boldrini

Nadia Marini • Simona Cancelloni

Collaboratori

Alessandro Sorci • Attilio Bartoli Langeli

Clelio Mario Corradi • Gabriele Ricci Alunni

Gabriele Faina • Giovanna Casagrande

Marco Chiesa • Massimo De Propriis

Massimo Valeri • Moreno Marchesi

Paolo Passini • Natalina Ballerini

Roberto Lodovichi • Roberto Poeta

Progetto Grafico

publisan

advertising & promotion

Via Palmiro Togliatti, 25 - Taverne di Corciano (PG)

Ufficio Grafico

Director: Vania Zuccherini

Executive: Alessandro Sbugia

Stampa

Litograf srl - Loc. Bodoglie, 148 - Todi (PG)

Nr. iscrizione 45/2006 R.P. Tribunale di Perugia 01/08/2006

Per abbonarsi



Sottoscrivo l'abbonamento annuale a **ORIZZONTE** per n° 6 uscite, al prezzo di € 30,00.

Nome	Cognome		
Via	n°	cap	città
tel.	cell.		fax
e-mail			

Pagamento con bonifico bancario a favore di:

Innovazione Srl, via P. Togliatti, 25 - 06073 Taverne di Corciano (Pg), su c/c n. 000040663743 presso la Unicredit Banca (Agenzia Magione), ABI 02008 CAB 38500 CIN F. Causale: abbonamento annuale a Orizzonte per n° 6 uscite.

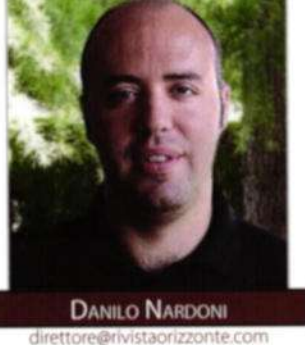
Data	Firma
------	-------

I dati personali da Lei forniti o comunque già presenti nei nostri archivi saranno trattati e utilizzati dall'Editore per la gestione degli abbonamenti o per iniziative di carattere redazionale. In ottemperanza al D.Lgs. 196/2003 Lei potrà in qualsiasi momento modificare o cancellare i Suoi dati comunicando per iscritto a: Innovazione srl, via Palmiro Togliatti, 25 - 06073 Taverne di Corciano (PG)

INVIATE QUESTO COUPON COMPILATO E SOTTOSCRITTO CON LA RICEVUTA DI PAGAMENTO AL NR DI FAX 075 5170267



by  **Conserve Italia**



DANILO NARDONI

direttore@rivistaorizzonte.com

PERCHÉ nasce ORIZZONTE

Come orientarsi nel mondo del food service

Guardare lontano, vivendo il presente e non dimenticando il passato. È questo il primo obiettivo della nuova rivista "Orizzonte" che, con la consulenza ed il contributo di giornalisti ed esperti del settore e con l'aiuto di voi lettori, cercherà nell'ambito del food service di far tesoro delle esperienze e al tempo stesso di afferrare il cambiamento. Con l'ambizione di diventare uno strumento ideale per l'orientamento degli operatori, attraverso il monitoraggio periodico dei mercati specifici, dei prodotti, dei servizi e delle attrezzature necessarie ad un'accoglienza efficiente e al passo con i tempi.

L'impresa si è resa possibile grazie alla disponibilità della Cancelloni Food Service. La società, che da quarant'anni opera con successo nell'ambito dei prodotti e dei servizi per la ristorazione, collabora intensamente con la casa editrice Innovazione che si è affidata alla Publisian, da oltre venticinque anni agenzia di comunicazione, marketing e servizi specializzati alle imprese, per curare il progetto editoriale di questa rivista e per mettere in campo e coordinare le giuste professionalità, utili per intraprendere un viaggio come questo. Un viaggio nell'universo del food service che permetterà di ampliare prospettive e programmi e grazie al quale verranno proposte sempre nuove chiavi di lettura, insieme a nuovi approcci e angolature.

L'intento di "Orizzonte" è quello di diventare un utile interlocutore per tutto ciò che riguarda le possibili esigenze degli operatori (ristoratori, albergatori, gourmet, sommelier, ecc...). Si analizzerà il mercato per capirne le tendenze e gli andamenti, oltre a cercare di svelare e rendere immediatamente comprensibili le normative vigenti in materia. Questi i nostri scopi che, ne siamo certi, contribuiranno a far crescere un settore strategico, dove ognuna delle componenti della filiera (azienda di produzione, forza vendita, distribuzione, consumatore) ha esigenze da valorizzare, aspettative e obiettivi specifici da perseguire.

La nuova pubblicazione affronterà, di volta in volta, temi emergenti e tradizionali attraverso rubriche dedicate non solo agli addetti ai lavori, ma anche ai tanti appassionati. Insomma, una rivista che vuole toccare quanti più aspetti di un mondo davvero speciale che negli ultimi anni sta conquistando un pubblico sempre più numeroso e desideroso di conoscere l'universo dei sapori e dei saperi enogastronomici.

Quelli che trovate in questo numero zero sono i primi passi di "Orizzonte" per stimolare e interpretare al meglio le dinamiche di un settore in continua evoluzione. A cadenza bimestrale seguiranno nuove informazioni, tenendo ben presente l'importanza del confronto e della collaborazione fra tutti gli operatori della filiera, oltre all'interesse del popolo degli estimatori. Ulteriori passi in avanti da fare anche con chiunque altro voglia seguirci in questo invitante cammino verso i segreti e i piaceri del gusto.

Le Rubriche

Fisco e dintorni e **Finanza e dintorni** sono due distinte rubriche tecniche di informazione e documentazione fiscale/tributaria. La **Sicurezza alimentare** individua e aggiorna sulle leggi e sulle adeguate procedure di sicurezza degli alimenti e degli ambienti. Una consulenza giuridica, anche mediante un contatto diretto con i lettori, viene offerta con **L'avvocato ti orienta**. **(R)Assicurazioni** è invece una rubrica di supporto inteso come tutela del valore della propria attività e dei rischi connessi. Con **Evoluzione sociale** si realizzano report sui miglioramenti e le tendenze verso una realtà sempre più positiva e perfezionata. Dedicata ai più importanti appuntamenti da non perdere (fiere, manifestazioni, ecc...) è la sezione **Eventi**. Informazioni utili su proposte di viaggio e soggiorni trovano spazio nell'agenda turistica **Sognatori e viandanti**. Rubrica rivolta alla categoria delle bevande, **Beverage** ci informa con notizie e curiosità. **Il mondo del fresco** fornisce indicazioni nutrizionali e informazioni commerciali

su carne, pesce, ortofrutta, salumi e formaggi. **Attrezzature e componenti** è la parte riservata alla descrizione delle tipologie e delle funzionalità di specifici strumenti necessari allo svolgimento dei servizi di hotel, ristoranti e catering. In **Sapori dal mondo** e in **Buongusto italiano** troviamo soprattutto i grandi prodotti del pianeta food, gustosi pezzi d'autore che hanno fatto la storia gastronomica di un territorio. La sezione dedicata al food service, con la consulenza di professionisti del settore (ristoratori, pizzaioli, distributori, agenti ecc), si intitola **Lo specialista del food service**. Non mancano inoltre le ricette per la preparazione di un menu completo. In ogni numero della rivista spetta a un diverso operatore della ristorazione curare la rubrica **Dall'antipasto al dolce**. Una maniera per non dimenticare il passato è quella di dedicare una sezione, **L'alimentazione nel tempo**, alla storia dell'alimentazione. Con **Offro&Scambio** ampio spazio è riservato ai lettori con annunci di lavoro, immobiliari e offerte di attrezzature. Un oroscopo e un cruciverba gastronomici compongono la parte riservata al **Divertimento**.

L'Inserto Regionale

All'interno di "Orizzonte" si può trovare, infine, un "Inserto Regionale" monografico (da conservare) dedicato a una specifica regione con focus su eventi, itinerari turistici, storico-artistici ed enogastronomici, curiosità e approfondimenti culinari. Per evidenziare così le eccellenze di cui sono ricche l'Umbria, la Toscana, il Lazio e le Marche. Sono queste, infatti, le regioni dove verrà diffusa la rivista e distribuita a più di 5.000 operatori (800 alberghi, 2.300 ristoranti, 1.300 pizzerie, 400 wine bar, 200 catering), ad istituzioni pubbliche e private del turismo e ad aziende produttrici di beni food e non food attivi nel settore.



COOPERLAT



Cooperlat Soc. Coop. Agricola - Via Piandelmedico, 74 - 60035 Jesi (An) - Tel. 0731 2381 fax 0731 205455

www.cooperlat.it - cooperlat@cooperlat.it



Kat Italia Srl - Via Prampolini (Lemignano) - 43044 Collecchio (Pr) - Tel. 0521 941649 fax 0521 986623
www.katitalia.com - info@katitalia.com



IL PRIMO OVOPRODOTTO CON CERTIFICAZIONE DI PRODOTTO

Fattoria Novelli - Ovito Srl - Via del Commercio, 22 - 05100 Terni - Tel. 0744 803301 fax 0744 814345
www.grupponovelli.it



MASSIMO VALERI

fisco@rivistaorizzonte.com



IL CALENDARIO DEL CONTRIBUENTE

Ottobre 2006

Domenica 15 - ANNOTAZIONI RICEVUTE E/O SCONTRINO FISCALE

Ultimo giorno per la registrazione delle operazioni relative al mese di settembre per le quali si è rilasciato scontrino o ricevuta fiscale.

Lunedì 16 - IRPEF RITENUTE ALLA FONTE SU REDDITI LAVORO DIPENDENTE E ASSIMILATI E SUI REDDITI DI LAVORO AUTONOMO

Versamento delle ritenute relative ai redditi di lavoro dipendente e assimilati e sui redditi di lavoro autonomo, corrisposti nel mese di settembre.

IVA CONTRIBUENTI MENSILI

Termine per procedere alla liquidazione nonché al versamento dell'imposta eventualmente a debito relativa al mese di settembre.

CONTRIBUTI INPS MENSILI

Versamento all'INPS da parte dei datori di lavoro dei contributi previdenziali dei lavoratori dipendenti, relativi alle retribuzioni maturate nel mese di settembre.

IMPOSTA SUGLI INTRATTENIMENTI

Termine per il versamento dell'imposta sugli intrattenimenti del mese di settembre.

Marcoledì 18 - DICHIARAZIONE UNIFICATA ANNUALE (redditi, IVA, IRAP, 770 ordinario) - 2006

Trasmissione telematica da parte dei soggetti abilitati diversi da banche e poste, della dichiarazione unificata annuale delle persone fisiche e delle società di persone e dei soggetti IRES relativamente all'esercizio chiuso nel 2005.

IVA - RIMBORSO/COMPENSAZIONE TRIMESTRALE

Termine per la richiesta di rimborso/compensazione dell'IVA a credito del trimestre precedente luglio-settembre 2006, tramite presentazione dell'apposita istanza all'Ufficio Locale dell'Agenzia delle Entrate.

MODELLO DM10/2

Presentazione della denuncia mensile dei contributi previdenziali INPS dei lavoratori dipendenti del mese di settembre.

Novembre 2006

Mercoledì 15 - ANNOTAZIONI RICEVUTE E/O SCONTRINO FISCALE

Ultimo giorno per la registrazione delle operazioni relative al mese di ottobre per le quali si è rilasciato scontrino o ricevuta fiscale.

Giovedì 16 - IRPEF RITENUTE ALLA FONTE SU REDDITI LAVORO DIPENDENTE E ASSIMILATI E SUI REDDITI DI LAVORO AUTONOMO

Versamento delle ritenute relative ai redditi di lavoro dipendente e assimilati e sui redditi di lavoro autonomo, corrisposti nel mese di ottobre.

IVA CONTRIBUENTI MENSILI

Termine per procedere alla liquidazione nonché al versamento dell'imposta eventualmente a debito relativa al mese di ottobre.

IVA CONTRIBUENTI TRIMESTRALI

Termine per procedere alla liquidazione nonché al versamento dell'imposta eventualmente a debito relativa al trimestre luglio-settembre 2006.

CONTRIBUTI INPS MENSILI

Versamento all'INPS da parte dei datori di lavoro dei contributi previdenziali dei lavoratori dipendenti, relativi alle retribuzioni maturate nel mese di ottobre.

CONTRIBUTI INPS IVS - ARTIGIANI E COMMERCianti

Ultimo giorno utile per il versamento dei contributi IVS - III rata fissa 2006.

PREMIO INAIL

Versamento della IV rata del premio INAIL, in caso di rateizzazione.

IMPOSTA SUGLI INTRATTENIMENTI

Termine per il versamento dell'imposta sugli intrattenimenti del mese di ottobre.

Giovedì 30 - DICHIARAZIONE DEI REDDITI MOD. UNICO 2006 - VERSAMENTO ACCONTI

Termine ultimo per il versamento della seconda o unica rata d'acconto IRPEF, IRES e IRAP per l'anno 2006.

CONTRIBUTI INPS IVS - ARTIGIANI E COMMERCianti

Ultimo giorno utile per il versamento della seconda rata di acconto per l'anno 2006, dei contributi IVS sul reddito eccedente il minimale.

Tra le recenti norme l'estensione a tutti gli esercizi del settore alimentare della possibilità di essere convenzionati

AL VIA LE NUOVE REGOLE PER I "BUONI PASTO"

È entrato in vigore dallo scorso 18 gennaio il decreto (Dpcm) dal titolo: "Affidamento e gestione dei servizi sostitutivi di mensa", più comunemente conosciuti come "buoni pasto", che regola in particolare le caratteristiche e le regole per la loro emissione e per il successivo utilizzo.

Una delle novità più significative introdotte dal decreto è sicuramente l'estensione a tutti gli esercizi commerciali del settore alimentare della possibilità di essere convenzionati, vale a dire oltre agli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, tutti gli esercizi commerciali che vendono prodotti gastronomici pronti per il consumo, cioè rosticcerie e gastronomie artigianali, nonché gli esercizi di vendita al dettaglio di prodotti appartenenti al settore alimentare.

Soggetti coinvolti

L'utilizzo dei buoni pasto presuppone l'esistenza di soggetti legati tra loro da determinati rapporti contrattuali:

- la società che emette i buoni pasto
- l'esercizio convenzionato che eroga il servizio sostitutivo di mensa
- il cliente che è il datore di lavoro, sia pubblico che privato, che acquista dalla società emittente i buoni pasto e li rilascia al lavoratore,

come documento che legittima l'acquisto di alimenti e bevande nei confronti dell'esercizio convenzionato.

Buono pasto

Per buono pasto si intende il documento di legittimazione, anche in forma elettronica, che attribuisce al possessore, ai sensi dell'art. 2002 c.c., il diritto di ottenere dagli esercizi convenzionati la somministrazione di alimenti e bevande e la cessione di prodotti di gastronomia pronti per il consumo, con esclusione di qualsiasi prestazione in denaro.

I buoni pasto devono riportare:

- il codice fiscale o la ragione sociale del datore di lavoro
- la ragione sociale e il codice fiscale della società di emissione
- il valore facciale espresso in valuta corrente
- il termine temporale di utilizzo
- uno spazio riservato all'apposizione della data di utilizzo, della firma dell'utilizzatore e del timbro dell'esercizio convenzionato presso il quale il buono pasto viene utilizzato
- la dicitura "Il buono pasto non è cumulabile, né cedibile, né commerciabile, né convertibile in denaro; può essere utilizzato solo se datato e sottoscritto dall'utilizzatore".

Utilizzazione del buono pasto

I buoni pasto consentono all'utilizzatore di ricevere un servizio

sostitutivo di mensa di importo pari al valore facciale del buono stesso. Pertanto ciò comporta l'impossibilità di utilizzare il ticket per scopi diversi, come l'acquisto di generi non alimentari oppure per finalità non legata al servizio sostitutivo di mensa. I buoni pasto devono essere utilizzati per il consumo immediato, durante la giornata lavorativa pure se domenicale o festiva, esclusivamente dai lavoratori subordinati, a tempo pieno e parziale, anche qualora l'orario di lavoro non preveda una pausa per il pasto, nonché dai soggetti che hanno instaurato con il datore di lavoro un rapporto di collaborazione anche non subordinato. Devono essere utilizzati per l'intero importo facciale e non sono convertibili in denaro.

Regole transitorie

Le predette regole sono in vigore dal 18 gennaio 2006, tuttavia l'art. 10 del Dpcm disciplina il regime transitorio in relazione alle convenzioni in atto, e cioè le società in esercizio e i contratti in corso alla data di entrata in vigore del Dpcm sono adeguati alle previsioni in esso contenute entro dodici mesi.

In un prossimo intervento si analizzerà un altro aspetto della materia, anch'esso importante: il trattamento contabile e fiscale dei buoni pasto.

a cura di

NATALINA BALLERINI

finanza@rivistaorizzonte.com

Il "gusto"...

dei FINANZIAMENTI

Come entrare più facilmente nel mondo delle agevolazioni alle imprese

ultimi cinquant'anni, che hanno creato nell'imprenditore una cultura finanziaria sfocata e distorta. Considerare deducibili ai fini fiscali gli interessi passivi sui prestiti, senza introdurre degli incentivi alla capitalizzazione d'impresa (anzi talvolta delegittimandola con manovre stile "tassa patrimoniale"), ha fatto sì che l'imprenditoria fosse motivata a sfruttare al massimo la leva del debito, per finanziare lo sviluppo delle proprie attività a scapito del capitale di rischio.

Nel corso dei decenni, questo meccanismo perverso ha fatto in modo che l'universo delle imprese italiane mantenesse dimensioni ridotte rispetto ai concorrenti europei. Il sottodimensionamento della nostra struttura imprenditoriale, rispetto agli altri partner europei, nasce proprio da una sottocapitalizzazione latente, figlia a sua volta di una cultura finanziaria errata, perpetuata nei decenni fino a oggi.

All'interno di uno scenario di forte incertezza economica quale l'attuale, meglio sarebbe invece per le imprese poter contare su una struttura finanziaria equilibrata, nella quale l'utilizzo degli affidamenti bancari rientri nella normalità. Più forte è l'esposizione verso le banche, infatti, più debole è la capacità dell'impresa di fronteggiare crisi di liquidità e momenti di mercato sfavorevole.

Possedere una struttura finanziaria in cui la componente di capitale di rischio appare residuale significa di fatto sottostare agli umori del sistema bancario,

peraltro attualmente provato da una situazione congiunturale in cui l'ago della bussola punta da tempo verso crisi e stagnazione. Viceversa, un'impresa in cui il peso

del debito non affligge troppo gestione economica ed equilibrio strutturale rappresenta una realtà in pole position nell'affrontare anche le negatività di mercato.

Questa rubrica si pone l'obiettivo di dimostrare che è possibile entrare nel mondo delle agevolazioni finanziarie, spesso considerate di un altro pianeta, anche mediante un corretto accesso a tutte le informazioni che su questo argomento sono frammentarie e talvolta poco attendibili.

Dai fondi che la Comunità Europea mette a disposizione degli imprenditori italiani tramite lo Stato e i relativi Ministeri, ai contributi che gli Enti Locali (Regioni e Province) programmano in favore di determinate aree o di particolari tipologie di operatori economici, sarà data puntuale notizia e, per coloro che lo richiederanno, sarà creato un accesso diretto per valutazioni personalizzate.

Si cercherà comunque di non trascurare accenni di cultura finanziaria d'impresa, con lo scopo di dare un contributo a riflessioni che possano orientare e anche facilitare l'accesso al credito agevolato.

Ad esempio, in questi ultimi tempi si scrive e si parla molto di "Basilea 2" senza una particolare conoscenza dell'argomento, soprattutto da parte di coloro che dovrebbero attuarne le direttive: gli imprenditori.

Per loro è comunque chiaro che la debolezza patrimoniale delle imprese trae origine anche dalle scelte di politica fiscale dei governi che in Italia si sono succeduti negli

FINANZA e SERVIZI BANCARI

Una rubrica speciale per orientarsi in settori sempre più complessi



MASSIMO DE PROPRIIS

finanza@rivistaorizzonte.com

Gli argomenti che tratteremo saranno i seguenti:

► **Guida ai servizi bancari** (conoscerli bene per usarli meglio):

conto corrente (capire e calcolare le condizioni applicate, contrattare migliori condizioni, controllare eventuali errori della Banca), *assegni, carte di credito, prestiti personali, prestiti auto, bancomat, condizioni, mutui* (saper scegliere quello più adatto alle proprie esigenze), *leasing*

► **Investimenti** (orientamento e decalogo per l'investitore non esperto):

vi metteremo in grado di valutare le varie tipologie di rischio associate ai molteplici prodotti/servizi offerti dalle banche. Le recenti e ancora bollenti questioni tipo Cirio, Parmalat, Bond Argentini sono ancora cronaca giudiziaria. Il nostro obiettivo sarà quello di fornire una consulenza agli investimenti con la massima indipendenza di giudizio, offrendo una guida sul mercato e fornendo, secondo le necessità del lettore, una consulenza profilata.

Naturalmente, di volta in volta, tratteremo altri argomenti di interesse da voi sollecitati e cercheremo di dare dettagliata informazione a tutti coloro che ne faranno richiesta, inoltrando le domande all'indirizzo di posta elettronica o alla redazione della rivista.





QUALITÀ SINCERA



PAOLO PASSINI

sicurezzaalimentare@rivistaorizzonte.com

SCARSA IGIENE degli alimenti... **PERICOLO COSTANTE !**

Sorvegliare ogni passaggio della filiera produttiva può evitare sgradevoli sorprese

Quando si parla di igiene degli alimenti s'intende l'insieme di misure necessarie per assicurare, accanto al loro valore intrinseco, anche la loro innocuità dalla produzione fino al consumo, poiché gli alimenti possono provocare manifestazioni cliniche dovute ad allergia individuale e danni alla salute come veicoli di agenti patogeni o di sostanze tossiche. Necessita perciò il controllo continuo delle condizioni in cui gli alimenti vengono prodotti, trasportati e conservati, dalla fase agricola e zootecnica, a quella industriale e commerciale fino alla loro utilizzazione: ciò ne garantisce sicuramente la qualità.

Negli ultimi anni all'igiene dei prodotti alimentari è stata data sempre maggiore importanza, non per moda, ma perché oggi siamo tutti più esposti ai rischi che una scarsa igiene può provocare: con il maggior numero di pasti consumati fuori casa e la produzione per grandi numeri di consumatori, anche una disattenzione o una minima trascura-

tezza possono provocare notevoli danni.

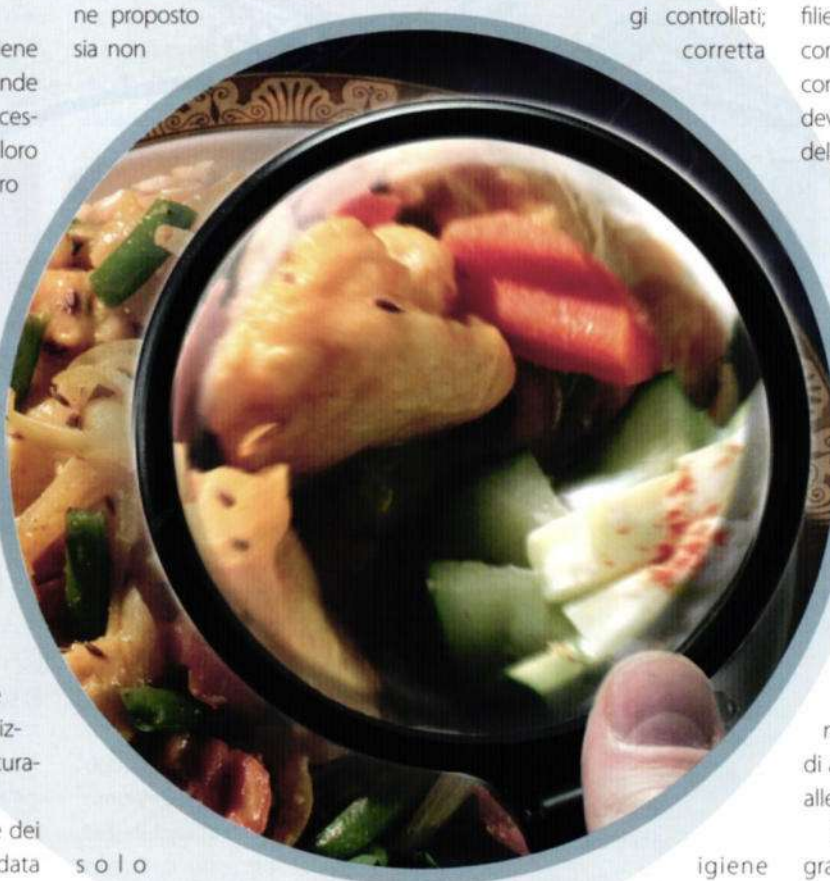
È molto importante rilevare, comunque, che l'igiene non è da sola sufficiente a qualificare un prodotto alimentare, chi lo produce e chi lo somministra; il consumatore esige che ciò che gli viene proposto sia non

proposti significa rispettare tutti i passaggi che conducono al fine prefissato: produzione delle materie prime (carne, latte, cereali, ortaggi, frutta); approvvigionamenti ben controllati; trasporti che garantiscono il rispetto dei tempi e delle temperature; stoccaggi controllati; corretta

prima al prodotto finito. Le novità introdotte con il D.L.vo 155/97 (HACCP) impongono che questi controlli, che gli operatori seri già effettuavano, siano attuati da tutti e da tutti documentati. Ciò consente, in caso di non conformità, di identificare in quale punto della filiera produttiva si è verificato l'inconveniente che ha prodotto una contaminazione, e quali misure si devono prevedere per il ripristino della conformità stessa.

Vogliamo comunque informare che l'attuale quadro normativo che disciplina il settore alimentare è stato modificato con l'entrata in vigore dal 1° gennaio 2006 del cosiddetto "pacchetto d'igiene", le cui normative sono pubblicate da tempo nelle Gazzette Ufficiali. È quindi obbligatorio adeguarsi al nuovo sistema e mettere in atto, per gli operatori del settore che non lo avessero ancora fatto (e secondo noi sono ancora molti), il "piano di autocontrollo" onde adempiere alle normative vigenti.

Ci sentiamo obbligati a ringraziare chi ci ha dato la possibilità di esprimerci in materia. Vogliamo, inoltre, dare la nostra disponibilità a chi lo volesse, per chiarire e approfondire quanto abbiamo voluto introdurre in modo semplice e in poche righe sul numero zero di "Orizzonte", dando appuntamento alle prossime pubblicazioni.



solo valido dal punto di vista igienico, ma anche da quello organolettico e nutrizionale. Un alimento, quindi, può dirsi valido quando soddisfa l'igiene, il sapore e il fattore nutrizionale, anche se la normativa tutela solo il primo aspetto.

Garantire l'igiene degli alimenti

igiene degli ambienti e delle attrezzature utilizzate; sanità e comportamenti del personale addetto.

È importante evidenziare che per produrre un alimento igienicamente valido occorre un complesso di attenzioni lungo tutta la sua progressione, dalla materia

TRiNITÁ

VALPADANA



STELLA
INDUSTRIA SALUMI



ALESSANDRO SORCI
legale@rivistaorizzonte.com

LA PRIVACY

NEGLI ALBERGHI
E NELLE STRUTTURE
RICETTIVE

**VIETATO
SCHEDARE
I CLIENTI**

Giorgio
Francesco
Patrizia
Roberta
Luis
Marco
Barbara
Elena
Simone
Daniela



*Ogni impiego
dei dati per
finalità diverse da
quelle consentite
deve essere
espressamente
autorizzato dagli
interessati*

Nell'inaugurare una rubrica dedicata a temi "legali" appare utile accantonare ogni introduzione e richiamare immediatamente tutta l'attenzione del lettore sui temi di più stringente attualità. Sarà questa la *mission* di questo spazio, dedicato non certo all'approfondimento ma alla segnalazione delle novità normati-

ve che incidono sulla quotidiana operatività delle aziende.

Dopo diverse proroghe, il 31 marzo 2006 è scaduto il termine per l'adeguamento alle novità introdotte dal D. Lgs. 30 giugno 2003 n. 196 in tema di protezione dei dati personali (cosiddetta legge sulla privacy). Le novità riguardano praticamente tutti. Oltre alle persone fisiche, anche gli imprenditori individuali, le società, le associazioni e gli enti pubblici e non saranno chiamati a rispettare i nuovi adempimenti.

Gli adeguamenti più consistenti riguardano coloro che nell'esercizio dell'attività trattano i cosiddetti dati sensibili, specie se inseriti in banche dati/archivi informatici. Tuttavia gli adempimenti previsti

dalla nuova normativa impongono ad ogni operatore di valutare attentamente se la propria azienda è in regola. A tal fine appare necessario affidarsi alla consulenza di un esperto, che potrà suggerire la soluzione più adeguata ad ogni realtà. Le insidie, infatti, sono sempre dietro l'angolo e le responsabilità civili, amministrative e anche penali piuttosto pesanti come dimostrano gli interventi del Garante.

Di recente è stata sanzionata una catena alberghiera che ha utilizzato le informazioni raccolte dal cliente al momento della registrazione e altre acquisite durante la sua permanenza, per creare un identikit da impiegare per successive operazioni di marketing. Il cliente non può essere tenuto all'oscuro del fatto che i suoi dati

verranno utilizzati, oltre che per perfezionare il contratto di soggiorno, anche per tracciare un profilo da utilizzare per successive operazioni promozionali.

Lo stesso Garante ha chiarito che albergatori e titolari di strutture ricettive, dopo avere assolto l'obbligo di comunicare i dati dei clienti all'autorità di pubblica sicurezza, devono cancellarli. Dovranno essere conservati solo i dati utili ai fini fiscali e contabili, e solo nella misura strettamente necessaria alle informazioni da inserire nella fattura o nella ricevuta. La raccolta di ulteriori informazioni o l'impiego per finalità diverse dovrà essere espressamente consentito dal cliente, a cui dovrà essere sottoposta un'informativa adeguata da sottoscrivere.



PROFESSIONISTI ALL'OPERA

Unilever Italia Srl Div. Foodsolutions - Corso Europa, 24 - 20010 Inveruno (Mi) - Tel. 02 972081 fax 02 97208701
www.unileveritalia.it



Una grande passione italiana

Consorzio Latteria Virgilio Soc. agr. coop. - Viale della Favorita, 19 - 46100 Mantova - Tel. 0376 3861 fax 0376 391496
www.e-virgilio.com - info@e-virgilio.com

Migliorare LA CONCORRENZA e combattere L'EVASIONE FISCALE

*Anche le assicurazioni
nel "mirino" del Decreto Bersani*

Recentemente l'ANIA (associazione compagnie di assicurazione) ha svolto un sondaggio sull'intero territorio nazionale per conoscere le maggiori esigenze della popolazione.

Da tale sondaggio è emerso che circa il 73% ha l'impellente necessità, da una parte di conoscere esattamente la propria situazione pensionistica pubblica e dall'altra di tutelare la propria vecchiaia. A tal riguardo è veramente utile offrire la possibilità di fare gratuitamente un checkup previdenziale: un software molto complesso stabilisce infatti con estrema precisione l'attuale situazione previdenziale di ciascun individuo e fornisce anche la migliore soluzione. Un altro argomento molto sentito dalle famiglie riguarda le polizze denominate "studente" indirizzate ai figli. Infine, come emerso dal sondaggio, molto utile è considerata l'informativa sui mutui e sui leasing, ai quali il settore della ristorazione è molto sensibile.

L'obiettivo della nostra rubrica **(R)Assicurazioni** è pertanto quello di andare incontro alle varie esigenze fornendo una sorta di guida informativa riguardante le polizze (auto, casa, vita, previdenza, responsabilità civile, ecc...), con lo scopo di migliorare la trasparenza e la qualità del servizio assicurativo e di fornire altresì assistenza per la risoluzione di problemi di ordine tecnico, economico, finanziario, amministrativo e fiscale.



MORENO MARCHESI

rassicurazioni@rivistaorizzonte.com



Iniziamo il nostro viaggio analizzando il Decreto Legge del 4 luglio 2006, già in vigore, che non interessa soltanto le tematiche e le categorie di cui si è parlato molto sui media (tassisti, farmacisti, avvocati, ecc...), ma va a toccare, per certi aspetti anche in modo rilevante, l'attività delle imprese operative nel ramo assicurativo.

Il c.d. "Decreto Bersani" si occupa specificatamente di assicurazioni in due punti.

1- RC AUTO e PLURIMANDATO

In pratica, con l'obiettivo di migliorare la concorrenza e l'efficienza del mercato, il decreto esclude la possibilità di monomandato per il settore RC Auto.

L'art. 8, prevede infatti, tra l'altro, il divieto alle compagnie assicurative e ai loro agenti di vendita di stipulare nuove clausole contrattuali di distribuzione esclusiva e di imposizione di prezzi minimi o di sconti massimi per l'offerta di polizze relative all'assicurazione obbligatoria per la responsabilità civile auto.

Vedremo nei prossimi mesi con quali modalità le compagnie e gli agenti troveranno degli accordi per rendere operativi questi obblighi normativi.

2- ASSICURAZIONI E

ACCERTAMENTO FISCALE

Un altro argomento di forte rilevanza trattato da questa norma è quello relativo ai nuovi obblighi, previsti tra le forme di contrasto

all'evasione fiscale, a partire dal prossimo ottobre, per le imprese del settore, di rivelare al fisco in via telematica tutte le somme erogate agli assicurati e le rispettive causali di versamento, come previsto dall'art. 35 comma 27 del decreto.

Inoltre, sempre nell'ottica di potenziare l'attività di accertamento, è di grande rilevanza, pur se non riguarda specificamente il settore assicurativo, la scelta di prevedere l'obbligo, previsto dall'art. 37 del decreto, anche in forma retroattiva (dal 1° gennaio 2001), per gli operatori finanziari (banche, poste, intermediari finanziari, imprese di investimento, società di gestione e ogni altro operatore finanziario) di comunicare periodicamente l'elenco dei soggetti con i quali intrattengono rapporti. Le comunicazioni devono riguardare i dati identificativi, compreso il codice fiscale, di ogni soggetto che intrattenga con loro qualsiasi rapporto o effettui, per conto proprio o per conto o a nome di terzi, qualsiasi operazione di natura finanziaria.

Questa enorme mole di dati (ogni investimento, ogni pagamento con strumenti bancari, ogni versamento o ritiro di denaro dai conti correnti, ecc...) darà all'Agenzia delle Entrate nuovi fortissimi strumenti di indagine per combattere fenomeni di elusione ed evasione.





LO SPECIALISTA ITALIANO DELLE PATATE

Pizzoli Spa - Via Zenzalino Nord, 1 - 40054 Budrio (Bo) - Tel. 051 6924511 fax 051 6920293

www.pizzoli.it - info@pizzoli.it



BONTÀ SURGELATE

CGM Srl - Rione Pollenza Scalo, 85 - 62010 Pollenza (Mc) - Tel. 0733 201025 fax 0733 201016

www.cgmsurgelati.it - info@cgmsurgelati.it

Benvenuti al prêt-à-porter del gusto

Grandi cuochi mettono sul mercato prodotti di lusso ma accessibili a tutti

Che da diversi anni, oltre alle *paillettes* dell'alta moda si desse sempre più importanza al lusso accessibile a tutti del *prêt-à-porter* lo si era capito. Che il fenomeno investisse anche il mondo gastronomico, invece, è un fatto e una tendenza molto più recente.

Lusso per tutti, o quasi. Pare essere questa la parola d'ordine della ristorazione moderna e dei grandi cuochi che, oltre alle cene più che esclusive dei loro ristoranti, mettono sul mercato tutta una serie di prodotti legati alla vita veloce di tutti i giorni. Prodotti accessibili a tanti, si diceva, pur in una dimensione decisamente gourmet.

Capostipite della tendenza, neanche a dirlo, è ancora una volta Ferran Adria, lo chef catalano titolare di "El Bulli" che con la sua cucina creativa è diventato in breve tempo il talento più prestigioso e ricercato del mondo. Ebbene, il buon Ferran ha addirittura inaugurato la prima catena fast-food firmata da uno chef. E che dire dei sughi pronti di Heinz Beck, straordinario interprete della "Pergola" dell'"Hotel Hilton" di Roma. Ma non finisce qui.

Estremamente divertente, ad esempio, è assaggiare una delle ormai mitiche scatole di pesce di Moreno Cedroni che, oltre al suo risto-

rante "La Madonnina del Pescatore" di Marzocca, a due passi da Senigallia, ha addirittura inaugurato l'"Officina". Si tratta di un laboratorio ittico dove il suo staff prepara prelibatezze come i famosi salumi di pesce (in vendita presso il negozio "Anikò", sempre a Senigallia e sempre di proprietà dello chef), la Simmenthal di pesce, le salse pronte, le conserve di pesce, gli affumicati o, addirittura, le splendide marmellate e confetture. Produzioni che si possono

gustare anche al "Clandestino", delizioso locale estivo, proprio sul "caraibico" lungomare di Portonovo. Certo, qui i prezzi non sono esattamente popolari. Ma si sa, a volte può far persino bene vivere al di sopra delle proprie possibilità.



ANTONIO BOCO
evoluzionesociale@rivistaorizzonte.com





SPECIALITÀ ALIMENTARI

Elle Esse Snc - Via Faustana, 44 - 06032 Borgo Trevi (Pg) - Tel. 0742 381678 fax 0742 78333

www.elleesse.it - info@elleesse.it



Gelati Stocchi Srl - Via Galvani, 7 - 52100 Arezzo - Tel. 0575 984033 fax 0575 984143

www.gelatistocchi.it

SALONE INTERNAZIONALE DEL GUSTO 2006

"Il Buon Paese"

Profumi, colori, voci, culture e storie. Questa è la frizzante atmosfera che vi accoglierà nelle vie del Mercato del Salone del Gusto di Torino che si terrà al Lingotto Fiere dal 26 al 30 ottobre 2006.

Il Salone del Gusto è stato definito con un'efficace metafora mediatica "il villaggio globale del cibo": qualcosa di diverso da una semplice fiera commerciale in quanto vuole essere un luogo d'incontro tra la produzione di qualità e i consumatori. Una miriade di occasioni si susseguono in questa cinque giorni, dai laboratori del gusto, ai momenti di educazione alimentare, alle esibizioni dei grandi chef (da Ferran Adrià a Kunio Tokuoka), agli spazi dedicati alle cucine tradizionali e a quelle più particolari di vari Paesi del mondo.

sarà rappresentato da circa 300 produttori selezionati: via della carne, via degli oli, via dei formaggi, via dei dolci e degli spiriti saranno solo alcune delle tappe del gustoso percorso offerto al visitatore. Egli troverà agevolmente ciò che più stuzzica la curiosità tra l'infinita scelta di prodotti che uniscono tradizione, fantasia e attenzione per la qualità. Qualità che, secondo Slow Food, va costruita sui concetti di pulito, buono e giusto.

Sicuramente un evento che offrirà spunti, intuizioni, suggerimenti ai professionisti del food service in cerca di novità.

Qualche numero: l'edizione 2004 si è chiusa con oltre 140.000 visitatori che hanno affollato i 50.000 metri quadrati di superficie espositiva con 125 stand istituzionali, 600 espositori, 80 nazioni rappresentate, 270 bancarelle di presidi italiani ed esteri.

*Alla ricerca dei mille sapori
tra le frizzanti atmosfere
del Salone del Gusto di Torino*

A P P U N T A M E N T I

DA NON PERDERE

SETTEMBRE / OTTOBRE 2006

- **22-23-24 SETTEMBRE**
FOOD ART - Rassegna Enogastronomica - Pesaro (Pu)
- **28 SETTEMBRE-1 OTTOBRE**
I PRIMI D'ITALIA - Mostra Nazionale dei Primi Piatti - Foligno (Pg)
- **30 SETTEMBRE-5 NOVEMBRE**
Fiera Nazionale del TARTUFO BIANCO d'ALBA - Alba (Cn)
- **3-5 OTTOBRE**
FIERA DEL PESCE - Fiera dedicata al pesce fresco, congelato ed alle attrezzature per la lavorazione dell'ittico - Vigo (Spagna)
- **5-8 OTTOBRE**
ITALIA IN TAVOLA - Salone Professionale dell'Eccellenza del Cibo, Prodotti Tipici, Alta Gamma, Fine Goods e Ristorazione di Qualità - Brescia
- **14-22 OTTOBRE**
EUROCHOCOLATE - Festival del Cioccolato - Perugia
- **23-26 OTTOBRE**
HOTEL - Fiera Internazionale degli Alberghi e della Gastronomia - Bolzano
- **26-30 OTTOBRE**
SALONE DEL GUSTO - Salone Internazionale dei Sapori del Mondo in Piemonte - Torino
- **28-29 OTTOBRE**
VINO & DINTORNI - Mostra Mercato Nazionale dei prodotti tipici Enogastronomici - Pizzighettone (Mi)
- **28 OTTOBRE-2 NOVEMBRE**
Mostra Mercato del TARTUFO BIANCO e dei PRODOTTI AGROALIMENTARI - Gubbio (Pg)
- **29 OTTOBRE-1-4-5-11-12 NOVEMBRE**
Fiera Nazionale del TARTUFO - Acqualagna (Pu)
- **5-9 NOVEMBRE**
EQUIP'HOTEL - Evento mondiale della ristorazione, dell'industria alberghiera, dei bar e della collettività - Parigi (Francia)

CIBUS 2006

a cura di
ANTONIO BOCO

È quella di Parma, con tutta probabilità, la fiera più importante per l'industria agroalimentare made in Italy. Cibus, questo il nome della manifestazione che per l'edizione 2006 si è tenuta nella città emiliana dal 4 al 7 maggio, rappresenta infatti una completa rassegna dell'Italian Food, e quest'anno ha mostrato un aspetto ancor più dinamico e in linea con le esigenze del mercato globale. Una fiera decisamente business oriented, un partner affidabile per tutte le aziende italiane del settore, in grado di favorire l'incontro con i grandi buyer internazionali, tra i quali i rappresentanti delle più importanti catene della GDO (Grande Distribuzione Organizzata) presenti nei mercati di riferimento per l'export alimentare di qualità. Cibus è anche un punto d'incontro per i giornalisti, gli opinion leader e per tutti gli operatori che vogliono essere aggiornati a 360° sulle novità e le tendenze che animano il mondo agroindustriale italiano: dalla sicurezza alimentare all'efficienza delle fasi produttive

L'industria alimentare italiana alla conquista dei mercati del mondo

e distributive, dalle più recenti teorie in materia di nutrizione equilibrata, ai trend gastronomici più originali e gustosi. Premesse che spiegano il successo della fiera, fittissima di incontri, eventi e soprattutto di aziende espositrici. Dai colossi del settore come Rana, Barilla, Montorsi, ai piccoli marchi che cercano visibilità e nuovi spunti commerciali. Più di 2.400 realtà, migliaia di prodotti originali cui attingere, anche per contrastare la preoccupante avanzata di articoli "simil-italiani".

Una sintesi ben riuscita, non c'è che dire, tra tradizioni secolari e tecnologie all'avanguardia. Le iniziative più particolari che abbiamo incontrato passeggiando tra gli stand della fiera? Senz'altro le degustazioni guidate di acque minerali, tese a far scoprire ai consumatori più attenti le differenti caratteristiche e i diversi sapori delle etichette in commercio. Se non altro, un vero toccasana nelle calde e affollate giornate parmigiane.



Cupiello

gastronomia italiana surgelata

by  **fresystem**[®] S.p.A.
industria prodotti surgelati dolci e salati



LIMMI

*Spremuta di Limoni
di Sicilia*

NON ABBIAMO CREATO I LIMONI, MA LI ABBIAMO SPREMUTI PER VOI

B&G Srl - Via del Piombo, 5 - 06077 Perugia - Tel. 075 5918477 fax 075 5919098

www.limmi.it - limmi@limmi.it



Caffè
mokacika
espressamente
..... per chi esige il meglio

Espresso all'italiana Gourmet



Torrefazione Caffè Mokacika Srl - Viale Vitale Rosi, 30 - 06038 Spello (Pg) - Tel. 0742 652740 fax 0742 651197 mobile 333 6400417

www.mokacika.it - mokacika@mokacika.it

*Una "enciclopedia"
a cielo aperto
della storia e
della cultura d'Italia*

Il fenomeno del

Turismo

**in
Umbria**

Senza risalire ai Romei medioevali o al *grand tour* degli intellettuali europei dei secoli successivi, è certamente da lungo tempo che l'Umbria costituisce una meta privilegiata per chi intende conoscere testimonianze culturali e scoprire bellezze ambientali e paesaggistiche.

Ciò è dovuto, naturalmente, a variabili naturali (posizione geografica, clima, conformazione territoriale) e storiche, ma soprattutto alla felice compenetrazione avvenuta durante i secoli tra questi due ordini di fattori: l'elemento antropico e quello naturale si sono fusi nella storia dell'Umbria in una sintesi equilibrata, per la quale l'azione dell'uomo e l'ambiente sono stati vicendevolmente fattori di valorizzazione e sviluppo.

L'Umbria, incastonata al centro della Penisola, rappresenta una vera e propria "enciclopedia" a cielo aperto della storia e della cultura d'Italia: dalla protostoria all'epopea dell'industrializzazione del XX secolo, tutti i grandi capitoli della vicenda umana del Mediterraneo e dell'Europa sono narrati dalle testimonianze stratificatesi sul territorio umbro. Per alcuni di questi capitoli, in particolare, le risorse di cui l'Umbria dispone sono di assoluta eccellenza: le civiltà etrusca e umbra, l'età romana dalla re-

ubblica al tardo impero, l'età feudale, il rinascimento italiano sono fasi storiche documentate in Umbria da emergenze e collezioni culturali e artistiche di valore mondiale.

La chiave di lettura principale delle vicende storiche e culturali che hanno attraversato l'Umbria va identificata proprio nella sua posizione, crocevia naturale tra l'Adriatico e il Tirreno e tra il Nord e il Sud della penisola italiana: questa collocazione strategica, con la conseguente tracciatura di importanti vie di comunicazione, ha reso il territorio umbro teatro di alcune delle vicende principali della storia italiana ed europea.

Un altro fattore, sempre di carattere geografico-naturale, decisivo per lo sviluppo storico ed economico di questa regione dell'Italia centrale è la ricchezza di acqua, sia per gli usi civili e agricoli, sia per il trasporto fluviale e la produzione di energia meccanica prima ed elettrica poi. L'acqua, dunque, può essere considerata un'ulteriore chiave di lettura della narrazione storica e culturale dell'Umbria, soprattutto a partire dalla "spina dorsale" principale costituita dal corso del Tevere.

Attraverso queste suggestioni primarie, è possibile distinguere alcune direttrici e tematismi di carattere generale, lungo i quali si dipana l'offerta dell'Umbria: le

civiltà umbro-etrusche, la romanizzazione, l'alto medioevo, l'arte rinascimentale, i luoghi della religione e della spiritualità e così via, fino a comporre decine di esempi diversi. Si tratta di tematismi e direttrici che, in realtà, si intersecano fittamente sul territorio, a volte in modo indistricabile. Questa ininterrotta sovrapposizione di temi e percorsi, del resto, è la caratteristica maggiormente qualificante dell'offerta umbra: non esistono, di fatto, luoghi "monotematici", la cui offerta si esaurisce in uno solo dei possibili tematismi elencabili. Inoltre le risorse dell'Umbria sono caratterizzate anche dalla diffusione: non esistono, praticamente, luoghi privi di testimonianze e beni culturali fruibili, i quali si distribuiscono capillarmente su tutto il territorio regionale.

Ciò non toglie che in alcuni luoghi l'offerta turistica, descritta in termini meramente quantitativi, raggiunga elevati livelli di concentrazione, quantitativa e qualitativa. I cosiddetti "grandi attrattori" sono numerosi in Umbria e si addensano principalmente in alcune località, che figurano tra le mete di turismo culturale di maggiore rilevanza dell'intero panorama nazionale e internazionale.

L'offerta dell'Umbria, tra l'altro, non si esaurisce con il ricchissimo patrimonio di beni ed emergenze storiche, archeologiche e

artistiche presenti e valorizzate sul territorio: la vivacità della produzione culturale e artistica contemporanea, infatti, è un ulteriore punto di forza che contraddistingue e qualifica l'attrattività della regione. In Umbria hanno sede istituzioni culturali, di studio e di ricerca di rilevanza nazionale, a cominciare dall'Università di Perugia e in alcune città umbre si organizzano e si svolgono manifestazioni ed eventi tra i più importanti nel panorama dell'animazione culturale italiana.

L'Umbria è l'unica regione dell'Italia peninsulare a non avere uno sbocco sul mare e si caratterizza per un'orografia movimentata, composta essenzialmente di rilievi collinari e montuosi interframezzati da poche larghe valli principali.

Il pregio e il buono stato di conservazione dell'ambiente naturale non è quindi dovuto in Umbria all'asprezza dell'orografia e al carattere impervio dei luoghi, come accade altrove, quanto alla felice compenetrazione che, nei secoli, è intercorsa tra l'elemento naturale e quello antropico, grazie alla quale si è prodotto un delicato e virtuoso equilibrio tra attività umane e ambiente.

In effetti la risorsa ambientale maggiormente attrattiva, per i turisti che si rivolgono all'Umbria, consiste proprio nell'altissimo valore paesistico dato dall'alternarsi di paesaggi rurali di qualità e di alto pregio storico-architettonico, sovente situati in posizione panoramica e armonicamente inseriti nel contesto ambientale.

Un felice slogan di qualche anno fa descriveva l'Umbria come il "cuore verde d'Italia".

La fortuna dello slogan era dovuta, sicuramente, anche alla veridicità della formula, che coglieva sinteticamente alcuni aspetti: la posizione della regione e l'integrità del suo patrimonio culturale, artistico e ambientale.

*In Toscana l'offerta ricettiva ha,
oltre a quelle tradizionali,
molte potenzialità ancora da esprimere*

IL TURISMO

al passo con i tempi

Il turismo ha tradizionalmente rappresentato per la Toscana, oltre che un fondamentale fattore propulsivo dell'economia, anche un importante canale di apertura internazionale del sistema regionale. Questa regione deve molto al turismo, sia quindi in termini economici che di apertura alle diverse culture.

Del resto il calore della sua gente, la cordialità dell'accoglienza rappresentano essi stessi un valore riconosciuto. Proprio dall'analisi di tanti diari di viaggio, compiuti anche da personaggi illustri, emerge la propensione di questa terra ad accogliere. Non c'è dubbio che in certe realtà - pensiamo a Firenze, ai numerosi centri d'arte - la pressione esercitata dalle presenze turistiche, spesso purtroppo concentrate in periodi brevi, può determinare qualche controindicazione. Per questo è importante garantire i necessari livelli di monitoraggio e verifica delle soglie di tolleranza della pressione turistica. Non a caso la Regione Toscana è accreditata a livello internazionale come una delle realtà dove maggiormente si opera nell'ottica di uno sviluppo sostenibile. È anche da questo approccio integrato che si può avere il meglio anche dal turismo, un turismo che, non solo rispetta e valorizza l'ambiente, ma che garantisce il rispetto delle identità culturali locali. In questo senso e a queste condizioni siamo convinti che la Toscana e le sue tante realtà locali abbiano davvero ancora

molte potenzialità da esprimere.

Dopotrend di grande espansione, anche in termini di attrazione di flussi da tanti mercati esteri, in questi ultimi anni abbiamo assistito ad una

contrazione del movimento turistico. Si tratta di un fenomeno che si inquadra in una dinamica negativa italiana ed europea. Del resto il nostro continente dovrà rassegnarsi ad un progressivo ridimensionamento del suo potere di attrazione: sono tante e competitive le destinazioni nuove che si propongono al mercato internazionale. Ma siamo convinti che la Toscana sia assolutamente in grado di continuare a offrire al meglio la sua immagine rendendola sempre più aderente alle dinamiche di una domanda internazionale davvero molto esigente e mutevole. I risultati si stanno vedendo, anche perché dopo un triennio di calo ininterrotto per il turismo italiano, l'anno 2005 ha segnato, finalmente, una netta inversione di tendenza, con le presenze turistiche che sono tornate a crescere, soprattutto in Toscana, con una variazione molto positiva (+7,6%).

In questo senso la Regione Toscana sta lavorando per migliorare le proposte turistiche affiancando alle tradizionali offerte di tesori d'arte e di ambienti dove la presenza dell'uomo ha saputo armonizzarsi col territorio e col paesaggio, nuove suggestioni legate soprattutto alle identità del territorio, così come al gusto, al saper fare, allo stile nell'accogliere. Per questo mantiene uno stretto raccordo con il mondo delle imprese e delle istituzioni locali anche per strutturare un programma promozionale per il 2007 che sappia interpretare proprio questa esigenza di presentare anche nuove proposte legate a prodotti adatti per i giovani, per le donne che viaggiano sempre di più in modo indipendente, alle famiglie, ai disabili, ecc. Ma la Regione sta puntando molto anche su un turismo del benessere

che potrà trovare nella prestigiosa tradizione delle località termali un punto di riferimento eccezionale e su un turismo congressuale, il quale costituisce per questa realtà una enorme opportunità.

L'impegno più forte lo sta destinando, quindi, proprio nell'ottica di promuovere offerte innovative, ma non si tratta solo di promuovere: occorre anche supportare e accompagnare le politiche locali più innovative verso la vera e propria creazione di nuove offerte. Certamente in questo senso la chiave del successo è rappresentata dalla capacità di integrarsi e interagire con altri settori, dalla cultura, all'ambiente, alle produzioni di qualità, ecc. Esistono le premesse per presentare al mercato nazionale ed estero nuove suggestioni, come le potenzialità inesprese delle testimonianze della civiltà etrusca, il nostro Medioevo e la possibilità di capitalizzare il lavoro svolto in questi anni attorno alla Via Francigena, mai davvero decollata come offerta turistica di qualità, e le testimonianze della storia della navigazione sulle nostre coste e nelle isole.

La Regione, inoltre, deve far tesoro dei risultati ottenuti in questi ultimi anni rispetto all'immagine di un territorio fortemente orientato alla sostenibilità e alla ricerca di una armonica integrazione tra attività economiche e produttive, cultura, tradizioni, ambiente naturale. Siamo convinti che questo ci consentirà di stimolare e accompagnare la crescita qualitativa dell'offerta turistico-ricettiva nel rispetto dei principi fondanti dello sviluppo sostenibile delle attività economiche e produttive.

+7,6%

Tutte le strade portano nel LAZIO

Un formidabile polo di attrazione turistica, crogiolo di civiltà e faro religioso

Culla di grandi civiltà e centro del cattolicesimo. Basterebbero solo questi requisiti per fare del Lazio, così come in effetti è, un polo di attrazione formidabile per il turismo. Ma la regione ha così tante altre attrattive, da poter soddisfare le esigenze più disparate e i gusti più diversi. Visitare questo territorio, infatti, vuol dire entrare in una dimensione tutta particolare tra testimonianze storiche, archeologiche e artistiche, alcune delle quali si perdono addirittura nella notte dei tempi, che hanno lasciato un segno indelebile nella storia dell'uomo. E significa, al tempo stesso, immergersi in un ambiente naturale di straordinario interesse, piuttosto complesso per le diverse strutture presenti dal punto di vista morfologico e geologico e diversificato anche nella flora e nella fauna, così da incidere positivamente in maniera significativa sul paesaggio.

L'ideale percorso inizia da molto lontano. Sebbene il Lazio, sotto l'aspetto geografico ed amministrativo, sia di recente costituzione (risale infatti al 1870), dal punto di vista corografico la regione esisteva già dalla preistoria. Per cui sono numerose le testimonianze di insediamenti

umani relativi alle diverse Età, fin dal Pleistocene. Resti del Paleolitico inferiore sono stati rinvenuti a Torre in Pietra e a Pignataro Interamna. Più numerosi i resti del Paleolitico medio, tra cui i crani neandertaliani di Saccopastore.

Ci sono, comunque, come è del resto noto in ogni parte del mondo, altri motivi davvero unici per trascorrere una vacanza in questi luoghi magici e millenari. Ed è la loro stessa storia a raccontarli, attraverso l'attenta "lettura" di un patrimonio senza confronti. Dalla forte impronta lasciata dagli Etruschi, stabilitisi nella parte settentrionale della regione, alla nascita di Roma e di una civiltà che condiziona la storia di tutto il Mediterraneo. Dalle vie consolari che permisero all'Urbe di collegarsi con tutte le regioni d'Italia e con i più remoti territori d'Europa e d'Oriente, ai grandiosi monumenti della Roma Imperiale. E via via fino ai beni e alle emergenze culturali che testimoniano della fine dell'Impero, dell'egemonia ecclesiastica, del favoloso periodo che va dall'Alto Medioevo al Rinascimento, del Seicento romano in cui la città vive cambiamenti urbanistici che la rendono, tra l'altro, eccelsa città monumentale, dalla Repubblica Romana fino alla presa di Roma.

La disgregazione dello Stato



Lago di Nemi

Pontificio inizia nel Settecento, ma sono lente le trasformazioni che portano Roma e il Lazio al passaggio dall'Ancien Regime all'Età Moderna.

L'offerta turistica della regione, in ogni modo, non si esaurisce qui. Al di là della capitale d'Italia, ci sono tanti altri luoghi ad attrarre un numero sempre più rilevante di visitatori: tutto il litorale, ovviamente, ma anche città e piccoli paesi dove abbondano le tradizioni storiche e i siti archeologici. Inoltre, i numerosi parchi ed aree protette, che costituiscono un unicum di storia, natura e cultura, permettono, insieme allo sviluppo del turismo, una maggiore tutela dell'ambiente, per cui l'uomo d'altra parte ha lavorato da tempi lontani, integrandosi in esso tanto da modellare il paesaggio in maniera così marcata come in poche altre regioni.

In particolare, nel Lazio si trovano due parchi nazionali

"storici": il Parco del Circeo e parte di quello d'Abruzzo, mentre un terzo è in corso di realizzazione. Si tratta del Parco nazionale del Gran Sasso e dei Monti della Laga che tutelerà l'area che comprende la cima più alta dell'Appennino, con l'ultimo ghiacciaio perenne dell'Italia centrale e alcune delle più selvagge foreste di faggio.

Da non dimenticare, infine, che è proprio il Lazio la regione italiana con il maggior numero di fiumi e laghi ed è questa, sotto l'aspetto ecologico, una delle maggiori ricchezze. Tra i primi eccelle il "biondo" Tevere, e tra gli specchi d'acqua, in prevalenza vulcanici, spiccano Bolsena, Bracciano, Vico, Albano e Nemi. Tutti siti, insieme ad altri meno noti ma altrettanto invitanti, veramente ideali per una vacanza all'insegna del più assoluto relax.

voglia di MARCHE

"Un viaggio nelle Marche, non frettoloso, porta a vedere meraviglie..."

Guido Piovene, *Viaggio in Italia*, 1957

Esistono tanti buoni motivi per venire nelle Marche, una regione davvero sorprendente se ancora oggi ha saputo mantenere quell'atmosfera un po' appartata che sa di tradizioni e rispetto del proprio passato, capace di stupire e affascinare anche il visitatore più esigente.

Le Marche "catturano", perché danno la sensazione di vivere in un'altra dimensione, dove il tempo sembra avere ripreso il suo giusto ritmo e l'ambiente è ancora quello rasserenante e intimo di un dipinto del Rinascimento.

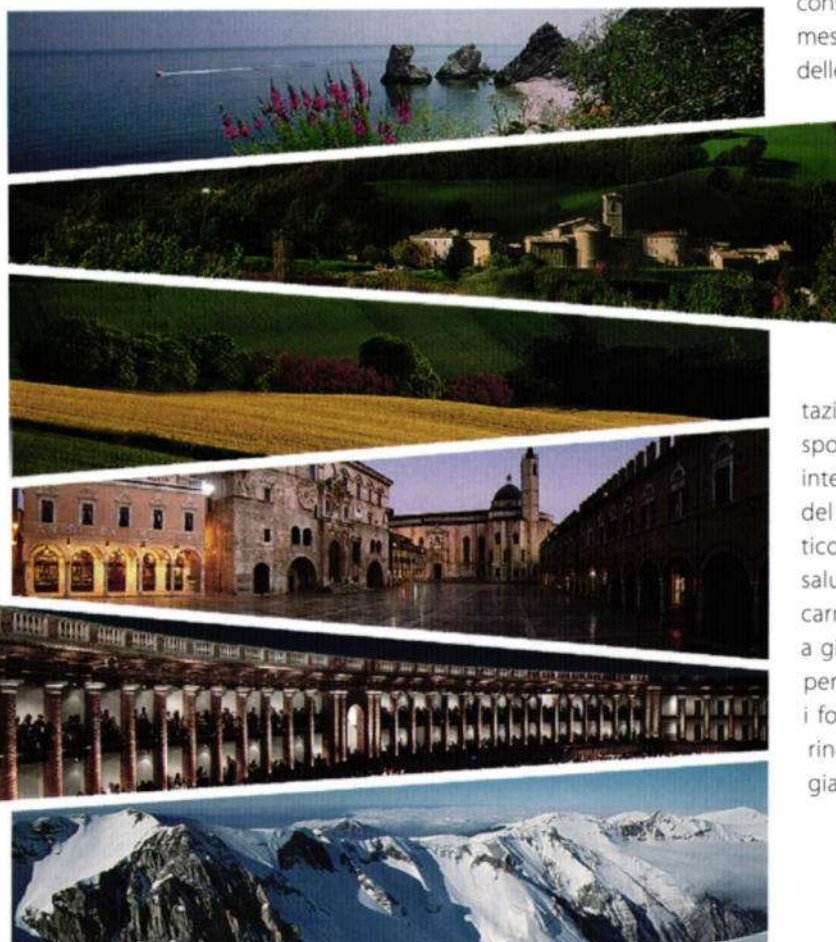
Nella regione del mare azzurro e delle lunghissime spiagge, delle cento città, dei cento paesaggi e dei cento piatti, è un peccato seguire un percorso prestabilito, perché qui tutto è bello: è un piacere inoltrarsi senza meta lungo le strade che salgono coline ammantate di olivi, vigneti, girasoli e lavanda, a due passi dagli antichi borghi murati che, alti sui colli, punteggiano il territorio.

Il tutto disseminato in un ambiente ancora integro che conserva tesori naturali sorprendenti come le Grotte di Frasassi o i promontori rocciosi del Monte San Bartolo e del Monte Conero a picco sull'Adriatico, e dove il rispetto e l'amore per la tradizione si concretizzano nella

conservazione degli antichi mestieri e nella valorizzazione delle secolari tradizioni enogastronomiche.

Quindici sono i vini Doc che ben accompagnano i piatti tipici a base di pesce o di carne della cucina locale. Nelle Marche ogni sapore ha il suo vino. Ad ogni mu-

tazione del paesaggio corrispondono aromi più o meno intensi e decisi: da quello del pesce fresco dell'Adriatico ai "saporosi" formaggi, salumi, olio d'oliva, pasta e carni delle dolci colline, fino a giungere ai monti dell'Appennino dove predominano i forti sapori dei salumi, dei rinomati formaggi, dei pregiati tartufi e funghi.



MARCHE, L'ITALIA IN UNA REGIONE



**REGIONE
MARCHE**

60125 ANCONA - Via G. da Fabriano, 9
Tel. 0718062431 - Fax 0718062154
servizio.turismo@regione.marche.it
numero verde 800222111





BEVI NATURALE, SCOPRI IL PIACERE



ROBERTO POETA

Tempi del Turismo

Cambia il vacanziero tipo

*relax, cultura e gastronomia
in un giusto rapporto qualità-prezzo*

Tempo di turismo, di ferie, di vacanze... "dove andiamo quest'estate?". Alla faticosa domanda che pure quest'anno si è ripetuta tra famiglie, gruppi di amici, coppie, è opportuno trovare una risposta sempre più adeguata alle varie esigenze e aspettative.

Da fonti statistiche che ruotano attorno al mondo del turismo, risultano essere almeno 34 milioni gli italiani impegnati nella ricerca della località giusta, dove concedersi un periodo di riposo lontani dalla routine quotidiana, di cui almeno un 50% concentrati nel mese di agosto. Sicuramente incoraggiante per la nostra economia, visto che nel nostro Paese agli italiani quest'anno si sono aggiunti più arrivi dall'estero. I segnali riscontrati parlano di un buon recupero degli statunitensi e dei giapponesi, che hanno cominciato a riaffacciarsi numerosi in alcune città d'arte e d'affari.

Inoltre i tedeschi, che costituiscono da sempre il turista straniero per eccellenza, sembrano aver interrotto il lungo periodo di apatia registrata negli ultimi anni, con un lieve recupero anche in termini percentuali. Francesi e inglesi si mostrano in leggera crescita, mentre

dai Paesi dell'Est Europa cominciano a evidenziarsi indicatori sempre più positivi, in particolar modo da parte del turismo russo e polacco.

Ma quali sono le mete più richieste? Come al solito, per le vacanze balneari, Sardegna, Toscana e Sicilia la fanno da padrone, mentre per la montagna il Trentino Alto Adige è sempre in testa. Ancora le stesse destinazioni, dunque? Non proprio, visto che quello che sta cambiando è la "tipologia di vacanza". Sono infatti sempre più ricercate le vacanze a tema, come benessere, relax, gastronomia, cultura, arte. Tutte forme di turismo facili da soddisfare nel nostro territorio, vista la grande varietà di proposte reperibili, ma anche frutto della fervida fantasia degli operatori turistici, sempre pronti ad inventarsi qualche cosa di nuovo che comunque pare essere sempre più apprezzato da parte dei consumatori.

Già, i consumatori... in una parola il turista; colui che è cambiato profondamente ed è oggetto dei desideri di amministratori pubblici, tour operator, agenti di viaggio, operatori della ricettività.

I cambiamenti sono stati profondi e mettono gli operatori del settore di fronte a nuove sfide e dilemmi da risolvere. Prima di tutto il turista è molto più esigente, non si accontenta di passare del tempo in una località

più o meno bella e organizzata da semplice spettatore esterno, ma vuole invece godere di un'esperienza di vita che lo metta in contatto "intimo" con il modo di vivere della località, la sua cultura, la sua storia.

È anche sempre più attento al rapporto qualità-prezzo. Sa apprezzare in maniera esatta il livello qualitativo di ciò che gli viene offerto; mentre il prezzo, vuoi anche per l'introduzione dell'euro, non è più per lui un elemento misterioso, ma perfettamente trasparente, essendo in grado di fare facilmente il rapporto con i livelli di costo degli stessi beni e servizi nella propria località di origine. Il cliente ha delle aspettative che vuole soddisfare in cambio del denaro che gli viene richiesto, e queste aspettative si originano proprio dalla comunicazione istituzionale e privata, che lo raggiunge al momento in cui decide in quale località andrà a passare il proprio tempo di vacanza.

Vigila sulle offerte alternative e grazie alla trasparenza dei prezzi, può muoversi con disinvoltura lungo quelle che in economia vengono chiamate "curve di indifferenza", cioè decidere fra varie alternative di consumo, ferma restando la quantità di denaro che ha deciso di destinare alla vacanza.

È un cauto osservatore, registra quanto gli viene proposto ed è attento al modo in cui gli operatori e la comunicazione da parte degli enti pubblici si pongono nei suoi confronti prima dello svolgimento del viaggio, e anche a come si chiude il

rapporto con la vacanza, in quanto desidera una maggiore attenzione pure dopo essere tornato a casa. Il turista di oggi vuole avere i vantaggi di sicurezza e di organizzazione tipici delle offerte dei tour operator, ma allo stesso tempo desidera delle offerte personalizzate e differenziate in base alle proprie aspettative. Vuole avere la libertà di scegliere e di costruire da solo il proprio viaggio "su misura" anche nel caso di vacanze organizzate, scegliendo fra elementi di base e "semilavorati" messi a punto dai produttori. Non si accontenta quindi più di pacchetti monotematici, cioè incentrati esclusivamente sui principali elementi attrattori delle località, ma intende invece godere di tanti altri fattori, la gastronomia per esempio, la possibilità di divertimento, la possibilità di apprendere nuovi modelli culturali, ecc.

Il consumatore turista è in questo molto diverso dall'acquirente di un qualsiasi bene di consumo. Acquistare un viaggio non è come comperare una lavastoviglie o un computer che possono essere resi indietro se non soddisfano il compratore. Un viaggio e una vacanza in genere non possono essere sostituiti, e allora non c'è possibilità di rimedio al tempo sprecato e alle attese non soddisfatte. Sarà bene che gli operatori del turismo, e le popolazioni che vivono di tali attività e di tutto quanto ad esse collegato, facciano tesoro di questa realtà se vorranno continuare ad avere clienti.





L'ARTE DELLA SALUMERIA

Clai Srl - Via Gambellara, 62/A - 40020 Sasso Morelli Imola (Bo) - Tel. 0542 55711 fax 0542 55777

www.clai.it - segreteria@clai.it



TRADIZIONE ITALIANA

Canuti Srl - Via Sassonia, 16 - 47900 Rimini - Tel. 0541 740102 fax 0541 741018

www.canuti.com - info@canuti.com



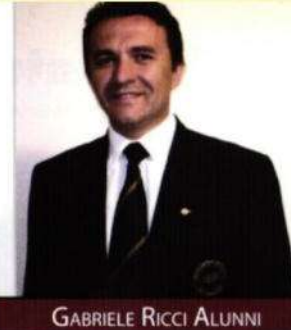
REGALA
AI TUOI PIATTI
I SAPORI DEL MARE

Riunione Industrie Alimentari Srl - Via Marconi, 2 - 16030 Avegno (Ge) - Tel. 0185 79043 fax 0185 799025
www.lariunione.it - informazioni@lariunione.it

Innocenti Dino **SRL**

VENDITA E ASSISTENZA

Innocenti Dino Srl - Via Tiziano, 24/26 - 52100 Arezzo - Tel. e fax 0575 20709
www.innocentidino.it - info@innocentidino.it



GABRIELE RICCI ALUNNI

Chef e Sommelier

insieme con **P A S S I O N E**

Necessaria la loro collaborazione per diffondere la cultura del vino e della cucina di qualità

Per troppo tempo nella ristorazione non si è prestata sufficiente cura alla proposta dei molti vini e dei molti piatti locali preparati con le eccellenti materie prime che le nostre regioni costantemente ci offrono.

Una ristorazione che sceglie di non riflettere la storia e la cultura del territorio in cui opera diventa anonima e triste. È necessario che gli chef di oggi ripropongano alla propria clientela, senza inutili celebrismi, il sano piacere di andare al ristorante per gustare cibi ricchi di sapori veri e franchi, elaborati attraverso una ricerca mirata all'aumento costante della qualità e della tipicità di uno specifico prodotto.

In questo contesto il ruolo del sommelier è quello di far bere buoni vini che rispecchino il carattere del vitigno ma soprattutto del territorio dal quale provengono, con tutte le sfumature che una zona enologicamente vocata riesce a dare al "nettare di Bacco".

È necessario che chef e sommelier collaborino in maniera continua alla realizzazione del menu e della carta dei vini; in particolare, al sommelier spetta l'importante compito di valorizzare al meglio, attraverso il servizio professionale, l'adeguata temperatura e il giusto bicchiere, il vino consigliato o richiesto dal cliente. Determinante in una ristorazione di qualità è la presenza del sommelier che sia

anche "comunicatore" e che, attraverso la sua cultura enologica e gastronomica, accompagni il cliente in un viaggio fatto di emozioni e sapori che solo un vino speciale e un ottimo piatto sono in grado di dare.

In questi ultimi anni, essendo cambiate le metodologie di consumo, occorre anche che il sommelier sia molto attento al rapporto qualità-prezzo che sempre più il cliente abituale chiede. Occorre una attenta scelta del prodotto ottimale, senza indurre il consumatore a spese folli per l'acquisto di vini il cui prezzo non è giustificato da una effettiva qualità, o le cui caratteristiche non legano, neanche lontanamente, con la cucina del ristorante in cui vengono proposti. Determi-

nante per la sua fidelizzazione è anche l'offerta quotidiana del vino al bicchiere: questa gli permette di poter bere anche più vini durante un pasto senza costringerlo a scegliere, come sempre accade, un unico vino per un pasto completo (dall'antipasto al dolce).

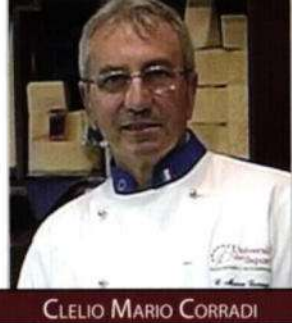
Nella realizzazione di questo progetto, le carte dei vini non dovrebbero perciò essere "guide onnicomprensive", ma anzi dovrebbero risultare leggibili, snelle, pratiche da consultare: senza comportare, al tempo stesso, consistenti investimenti da parte del ristorante.



CACIOTTA

Umbra e marchigiana

CAMPIONE D'ITALIA



CLELIO MARIO CORRADI

Tra i prodotti che fanno grande la gastronomia nazionale, un posto privilegiato occupa la caciotta di latte vaccino (ricordiamo che la parola caciotta non significa formaggio di latte di mucca, ma sta a indicare la forma).

Possiamo dire con certezza che l'Umbria e le Marche producono la miglior caciotta d'Italia, fatta con il latte della regione, in cui possiamo avvertire la ricchezza dei pascoli e la presenza di erbe profumate, così come dei fiori di primavera, che conferiscono al latte un profumo

e una colorazione che ci consente di avere, per ogni stagione, una caciotta di inimitabile bontà.

Il latte all'arrivo al caseificio viene come prima cosa pastorizzato, quindi messo in caldaia di lavorazione e portato a una temperatura di 35° C.

Viene aggiunto il caglio e il sierofermento. Dopo circa 30 minuti si ottiene la cosiddetta cagliata. Questa viene rotta con l'apposito "spino" in grumi della dimensione di una nocciola.

Questi vengono quindi posti in stampi e pressati per favorire lo "spurgo" del siero. Affinché lo spurgo avvenga in maniera ottimale, si effettua la "stufatura" a temperatura di 26° C per circa 7-8 ore.

I formaggi, tolti dalle fascere (stampi), vengono salati per circa 12 ore, quindi posti in celle di maturazione per 10-15 giorni prima di essere commercializzati.

La caciotta è un formaggio da consumare fresco. Si può conservare in frigorifero ed è veramente eccellente per alcune preparazioni in cucina.

Caratteristiche tecniche:

Forma cilindrica del peso di Kg 1,200-1,800; diametro di 15-20 cm; scalzo 5 cm; maturazione 10-15 giorni; leggera occhiatura regolare; pasta morbida e fondente, dolce.

Vino consigliato:

Grechetto dell'Umbria, Rosato dei Colli Altioterini.

In cucina:

Si abbina bene con mostarde, composte di frutta, marmellate. È un formaggio adatto per la prima colazione, per la preparazione di deliziosi panini (tagliate un panino e farcite con una fetta di caciotta e rucola condita con olio extravergine di oliva, oppure con caciotta e speck). Ottimo con verdure cotte saltate in padella e in insalata mista (caciotta a cubetti, mele e uva, condita con olio extravergine di oliva e alcune gocce di aceto balsamico).

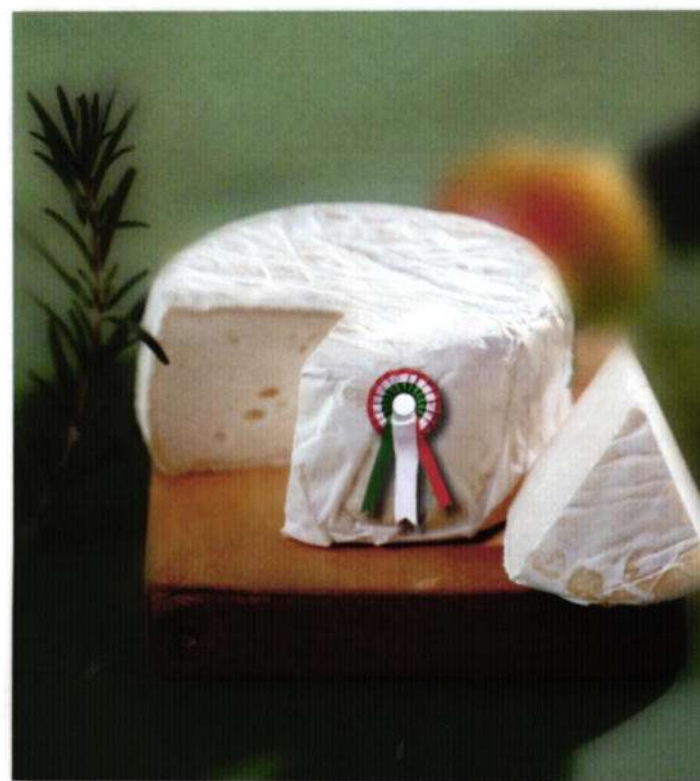
Fatta con il latte locale in cui si può avvertire il profumo delle erbe dei pascoli

COME NASCE

IL FORMAGGIO
Una storia vecchia quanto il mondo, perché non si sa esattamente quando il formaggio sia nato. Si pensa che quando l'uomo incominciò ad addomesticare gli animali, prima le capre e le pecore, più tardi le vacche, riscontrasse che il latte da loro fornito era poco, in quanto le loro mammelle erano scarsamente sviluppate. Con il passare del tempo la resa

aumentava sempre più, così da rendere necessario conservare il latte in contenitori allora ancora di legno o di pelle.

Il latte, in ogni modo, nei mesi caldi inacidiva rapidamente ed è possibile che venisse anche bevuto in quello stato. Certo è che que-



sto fenomeno ha dato vita forse al primo formaggio seguendo appunto la tecnica dell'acidificazione. Il coagulo che ne derivava veniva depositato su foglie per fargli perdere liquido ed ottenere così un alimento che si poteva conservare per alcuni giorni. Più tardi si scoprì il caglio e da qui si incominciò a produrre formaggi in grande quantità.

Il formaggio sta ottenendo un grande successo e sempre

più viene proposto al ristorante, nelle enoteche e ora anche nei bar al posto del classico piatto di pasta. Sotto forma di *plateau* viene abbinato a verdure e frutta. Tra pochi anni il successo del formaggio sarà pari a quello del vino e la gente andrà alla ricerca di prodotti particolari provenienti da paesi sconosciuti ai più. Ciò servirà a valorizzare il prodotto coinvolgendo il territorio dove lo stesso viene fatto.

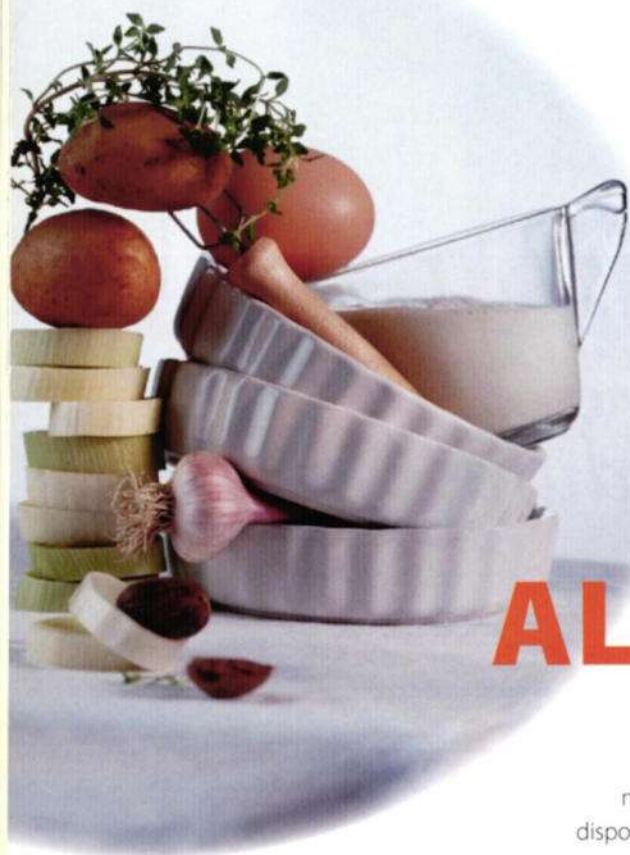


Bonduelle Food Service Italia Srl - Via Fratelli Bandiera, 23 - 20068 Peschiera Borromeo (Mi) - Tel. 02 55305085 fax 02 55302115
www.bonduelle-foodservice.it - foodserviceitalia@bonduelle.com



IL GRANDE SPECIALISTA DELL'OLIO

Olitalia Srl - Via Antonio Meucci, 22/A - 47100 Forlì - Tel. 0543 794823 fax 0543 721646 mobile 335 8280578
www.olitalia.com



*Una
disposizione
razionale
fa risparmiare
tempo e fatica*

Scrivere un articolo sulle attrezzature di un ristorante mi ha veramente entusiasmato perché è come se avessero chiesto a un bambino di parlare dei suoi giocattoli e di descrivere la loro utilità. Per un operatore della ristorazione tali macchinari sono il mezzo con cui riesce a offrire una prestazione e la loro scelta compromette in positivo o in negativo il risultato di tutto il suo operato. Appurato che è fondamentale il fattore umano in tutto il mondo dei servizi, le attrezzature sono quel valore aggiunto che ci aiuta a esprimere e concretizzare il nostro lavoro.

Troppe volte mi sono trovato a lavorare in ristoranti dove avevo

a disposizione tanti attrezzi che non avevano né una disposizione logica, né tanto meno il posto dove posizionarli. Chi vende attrezzature per forza di cosa cerca di venderne al potenziale cliente il maggior numero possibile e soprattutto quelle che costano di più sottolineando le loro qualità insuperabili, ma non si domanda se poi ce ne sia veramente bisogno o invece non possa essere utile un altro macchinario di dimensioni o con funzioni diverse. Questo è anche colpa dei ristoratori, che spesso non hanno chiaro neanche loro quale sarà poi il proprio locale, con che filosofia lo vogliono impostare, quanto sarà lunga la lista delle pietanze e delle bevande offerte, quali saranno i volumi di materie prime da stoccare, trasformare, conservare e servire.

In questi casi, invece, si raccomanda la razionalità e l'intelligenza di posizionare un macchinario nel posto giusto, prevedendo un funzionale piano di appoggio e spazio sufficiente, cercando di facilitare e agevolare il lavoro dell'operatore, ma tenendo anche

conto delle esigenze dell'alimento perché così il risultato sarà sicuramente migliore sia in termini di qualità che quantità della prestazione svolta. Alcuni sostengono che si tratta di inezie, invece questi piccoli accorgimenti, moltiplicati per il tempo che si lavora, sono una vera e propria forma di risparmio sia economico che energetico.

Nei prossimi numeri mi impegnerò con l'occhio di chi opera sul "campo" a fornire suggerimenti, alla luce dell'esperienza e dello scambio di conoscenze, su come

utilizzare al meglio i macchinari di cucina, specificando a cosa servono e a cosa potrebbero servire, quali sono i vantaggi che l'azienda e l'operatore ne possono trarre. Si parlerà anche delle attrezzature di sala, della loro importanza in fase di servizio e di presentazione - anche l'occhio vuole la sua parte - di come riporle e come mantenerle in uno stato efficiente e pratico da usare. Perché non bisogna mai dimenticare che il nostro lavoro alla fin fine è anche una corsa contro il tempo e ce lo dobbiamo giocare al meglio.





FRESCHI SAPORI ITALIANI

Pata negra

Chi ha avuto la fortuna di attraversare in automobile la Spagna, magari arrivando fino alla regione dell'Extremadura o dell'Andalusia, converrà certamente che due delle più significative "divagazioni" in un paesaggio fascinoso ma piuttosto monotono sono i grandi tori di ferro, retaggio di una vecchia pubblicità di tequila, e le immense distese di maiali neri.

Razza e sistema di allevamento, infatti, sono caratteristiche determinanti per la riuscita del *Pata Negra* (zoccolo nero), lo straordinario prosciutto iberico ricercato dai gourmet di mezzo mondo. Maiali totalmente in libertà e con una dieta a base di prodotti naturali; soprattutto ghiande (in spagnolo *bellota*, che dà anche il nome a una tipologia di prosciutto) che costituiscono l'unico alimento durante la fase di *montanera* (ingrasso), insieme alle erbe aromatiche di cui sono ricchi i sentieri dell'Extremadura.



Sono questi piccoli segreti a donare al prosciutto il suo inconfondibile profumo. Il prodotto così ottenuto raggiunge la qualificazione di "prosciutto iberico di ghianda" e si distingue dal "prosciutto iberico di recebo", ottenuto da quei maiali sottoposti a una dieta di mangimi naturali, principalmente mais, nella loro fase di crescita e ingrasso.

Una volta realizzato il taglio, salato e asciugato il prosciutto, si procede a un lento affinamento in cantina. Normalmente si realizza durante l'autunno e resta nelle cantine tra 6 e 18 mesi, a seconda del peso, con tempera-

ture fra 15° e 20°C e umidità dal 60 all'80%. In questa fase i funghi che compaiono nella parte esterna del prosciutto ne migliorano l'aroma.

Quando esce dalla cantina, il prosciutto viene perforato per mezzo di un osso (che si chiama *cala*). Ritirata la *cala*, il prosciutto deve emanare un profumo piacevole

**Il mitico prosciutto
iberico
ha sempre più
estimatori**

e forte, che sarà tanto più complesso quanto prolungato è stato l'affinamento.

Chiudiamo raccomandando attenzione nell'acquisto di questi prosciutti. Come per tutti i prodotti molto richiesti, non sono poche le imitazioni.



CULATELLO

di ZIBELLO

un pasto da Re

*Cresce la fama
di una
specialità Dop che
da sempre nasce
sulle rive del Po*

Musica per il palato. È il famoso Culatello di Zibello, il re dei salumi, che nasce in una terra speciale attraversata dal Po, re dei fiumi e delle nebbie; quella stessa terra che ha dato i natali a Giuseppe Verdi, il re del melodramma italiano. Un cibo "regale" a tutto tondo, dunque, subito diventato tale nella sostanza,

sia per la sua squisitezza che per ragioni addirittura storiche, a dispetto del nome divertente ma indubbiamente plebeo, considerate anche le origini contadine.

Un prodotto dalle "note" di profumo e di sapore inimitabili, uno dei frutti migliori di quel legame particolare che unisce indissolubilmente un luogo, il suo clima e la sua gente. Si dice, infatti, dalle parti in cui si lavora il Culatello di Zibello, ossia come viene definita "la parte muscolosa degli arti posteriori del suino, priva di cotenna e di osso e stagionata nelle zone rivierasche del Po e della Bassa Parmense", che gli ingredienti per un buon prodotto "sono pochi e semplici: sapienza delle genti, carne, ovvero del buon maiale, sale e nebbia (che ne favorisce la stagionatura)". Sta tutto

qui il segreto del Culatello, prodotto culturale prima an-

cora che gastronomico, in quanto "impastato" con l'humus di una terra e di un popolo, così come si è codificato nel tempo, con le sue caratteristiche geografiche e storiche, le tradizioni, il carattere e l'esperienza.

Ed è proprio per salvaguardare la genuinità di questo processo e a tutela della qualità e della tipicità del prodotto, contro il rischio sempre maggiore d'industrializzazione, che è nato il Consorzio del Culatello di Zibello. Esso ne garantisce la provenienza e la lavorazione antica e artigianale, fatta completamente a mano nei mesi autunnali e invernali con una stagionatura senza l'ausilio di impianti di refrigerazione. Per la qualità del Culatello si devono utilizzare solo le cosce di suini provenienti dall'Emilia Romagna e dalla Lombardia.

Nel 1996 è stata ufficializzata la Dop, Denominazione di origine protetta, che fissa i criteri di lavorazione e indica i Comuni che fanno parte dell'area geografica di produzione del Culatello di Zibello: Busseto, Roccabianca, Polesine Parmense, San Secondo, Zibello, Sissa, Soragna e Colorno. Tutte zone caratterizzate da inverni freddi, lunghi e nebbiosi, ed estati torride e assolate che creano così un'alternanza di periodi secchi e umidi davvero ideale per consentire la lenta maturazione dei

salumi fatti ancora oggi proprio "come una volta".

Da quando? La fama del Culatello di Zibello Dop è relativamente recente, ma non la sua produzione. Secondo una tradizione non documentata, già nel 1332 alcuni culatelli furono recati in dono per le nozze di Andrea dei Conti Rossi e Giovanna dei Conti Sanvitale, mentre successivamente i Pallavicino avrebbero fatto omaggio di questo prodotto a Galeazzo Maria Sforza, duca di Milano. A testimonianza, probabilmente, che in quei tempi il Culatello costituiva un dono regale, il pegno che i sudditi facevano ai loro signori. Ma risale solo al 1735, in un documento del Comune di Parma, la prima citazione ufficiale del Culatello. Ne seguiranno altre nel tempo da parte di artisti e poeti, come Gabriele D'Annunzio che ne decantò le lodi. Fino ad arrivare ai giorni nostri in cui con il re dei salumi s'imbandiscono altre tavole, sempre più numerose, ormai in ogni parte del mondo.





PROVINCIA DI AREZZO



Camera di Commercio
Industria Artigianato
e Agricoltura Arezzo

Provincia di Arezzo - Piazza della Libertà, 3 - 52100 Arezzo - Tel. 0575 3921 fax 0575 392200 - www.provincia.arezzo.it - urp@provincia.arezzo.it
Camera di Commercio di Arezzo - Viale Giotto, 4 - 52100 Arezzo - Tel. 0575 3030 fax 0575 300953 - www.ar.camcom.it



**Comunità Montana - Associazione dei Comuni
Trasimeno - Medio Tevere**

Comunità Montana Associazione dei Comuni "Trasimeno-Medio Tevere" - Viale Dante Alighieri, 2 - 06063 Magione (Pg)
Tel. 075 847411 fax 075 8474120 - www.montitrasimeno.umbria.it - info@montitrasimeno.umbria.it



SIMONA CANCELLONI
specialista@rivistaorizzonte.com

Il cliente è servito!

Perché *Orizzonte*, un titolo così generico per una rivista così specialistica?

Siamo proprio sicuri che sia il nome giusto?

Se leggiamo nel dizionario della lingua italiana, troviamo, tra le tante, queste definizioni di orizzonte:

- linea che allo sguardo di uno spettatore sembra dividere il cielo dalla terra e dal mare
- spazio visibile, panorama, vista
- punto di osservazione

Tutte insieme riassumono l'obiettivo che deve porsi il grossista in quanto professionista del food service, che è quello di essere percepito come "intermediario di un servizio a 360°", professionale, completo ed efficiente, in grado di comprendere e risolvere le problematiche e le esigenze che si pongono in maniera sempre più crescente nel mondo della ristorazione.

Per riuscire a imporsi in questo universo così particolare e mutevole sono necessarie la qualità dei prodotti offerti e l'efficienza del servizio cliente. Solo in questo modo è possibile crescere insieme a tutti gli altri addetti e conquistare sempre più ampi spazi di mercato.

Fondamentale per un approvvigionamento razionale la figura del grossista, un vero specialista del food service

Da una recente indagine che ha classificato tutti i grossisti a livello Italia è emerso che soltanto di food service se ne contano ben 2.100 a fronte di un mondo di operatori composto da 54.000 hotel, 74.000 ristoranti, 104.000 bar. In questa realtà così frammentata, con un'offerta così ampia, emerge e si impone soltanto quel professionista che imposta la propria attività ispirandosi all'unica combinazione vincente che si riassume in: **qualità + servizio + cortesia + convenienza**.

È di fondamentale importanza calarsi anche nella realtà locale, valorizzando il patrimonio dei costumi e delle tradizioni che il nostro territorio può riccamente vantare, attenti comun-

que a mantenere sempre una visione costante orientata anche alle tendenze internazionali sia in termini di prodotti che di usi e comportamenti.

Il grossista dovrebbe compilare la "lista della spesa" di concerto con il cliente, non limitarsi semplicemente a raccogliere un ordine, perché un approvvigionamento razionale sta alla base di ogni attività in genere e ristorativa in particolare, in quanto ottimizza qualità, organizzazione, servizio e costi: il menu da offrire sarà dunque il risultato di prodotti di eccellenza conditi di entusiasmo, simpatia e passione.

Questa rubrica riservata allo Specialista del Food Service è dedicata a tutti voi che

vorrete scrivere, comunicare con gli esperti della Redazione, e soprattutto presentare, a beneficio di tutti i lettori, la vostra storia di successo. Al suo interno troveranno spazio anche le Aziende produttrici leader del mercato, che si caratterizzano, al passo con i tempi, per qualità e innovazione perseguendo un obiettivo condiviso che è quello della soddisfazione del cliente.

Questa rubrica, insomma, sarà anche vostra e si svilupperà dai vostri commenti, suggerimenti, critiche.

**Buon
Orizzonte!**





GIOVANNA CASAGRANDE

IL FORMAGGIO

VA IN CONVENTO

*Uno degli alimenti
più in voga nei ricettari
medievali e rinascimentali
dei monasteri*



e giovedì fino alla Quaresima".

La cultura alimentare monastico-religiosa – tenuta, in linea di massima, all'obbligo di non mangiare carni – poggiava sulla gamma degli alimenti alternativi: pesce, uova, "erbaggi", legumi e, appunto, formaggio. Le clarisse del monastero di Monteluca di Perugia – in pieno '400 – facevano rifornimento

Ma oltre che ad essere mangiato al naturale o ad apparire talvolta come unico ingrediente base o ad essere utilizzato come condimento, già il Platina (sec. XV) notava: "I cuochi adoperano il formaggio anche per la preparazione di molte vivande".

Scorrendo, infatti, ricettari medievali e rinascimentali, il formaggio compare in una varia quantità di combinazioni per ripieni, torte, migliacci, mortaroli... Il formaggio brilla come protagonista, ad esempio, in questa ricetta medievale che si trova nel già ricordato *Libro per cuoco*: "Per fare frittelle da Imperatore, prendi la chiara delle uova e fette di formaggio fresco, e bagnale nella chiara delle uova e metti un poco di farina e di pinoli mondi [puliti]. Prendi la padella con molto strutto, fallo bollire e poi fai le frittelle. Quando sono cotte, spolverizzele di zucchero e tienile calde". Di quale Imperatore si tratta? Recenti studi sostengono che l'Imperatore in questione potrebbe essere Federico II di Svevia (1194-1250) che ne fu, forse, anche l'ideatore!

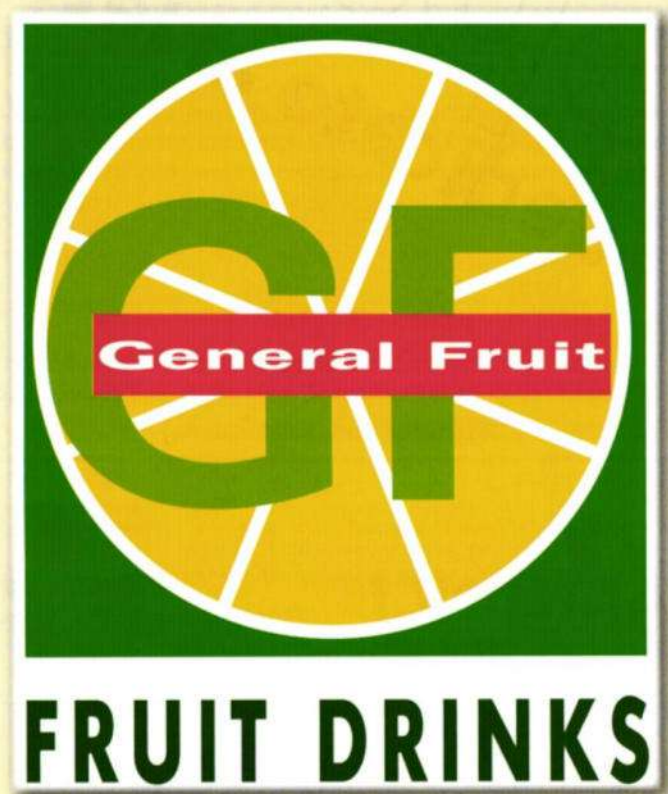
"Per fare una rapa armata, fa cuocere la rapa nel fuoco; e poi che è cotta, mondala e poi falla a fette sottili, e fa a fette sottili un cacio dolce, e tra fetta e fetta di rapa, metti una fetta di cacio, e lascia così ben confettare insieme. Se vuoi, potrai mettervi su un testo, un coperchio caldo; poi spolverizza di zucchero".

Questa ricetta si legge nel *Libro per cuoco* di anonimo veneto trecentesco. L'abbinamento rapa-cacio è indicativo sia del

fatto che le rape nel Medio Evo occupavano il ruolo rappresentato oggi dalle patate sia del persistente successo del formaggio. Questo poteva essere consumato, esattamente come oggi, quale pietanza a sé stante.

Ciò traspare, ad esempio, dalle regole alimentari di Camaldoli (sec. XII): "Il cellerario di Fontebo- no mandi al cellerario dell'eremo tante forme di cacio quante ne occorrono per poterne distribuire una fetta per ciascuno a tutti i fratelli dell'eremo ogni martedì

di cacio (fresco, secco, moscio) a Norcia e a Visso, già evidentemente celebri sedi produttrici. Sempre a Perugia – tra '500 e '600 – all'interno del monastero domenicano di San Tommaso si preparava il cacio fritto nel modo seguente: "Fa fette abbastanza grosse e bagnale con acqua tiepida e poi cospargile di farina; quando bolle lo strutto o l'olio mettile nella teglia e, dopo averle rivoltate, cavale e salale. Puoi anche usare la sapa [mosto cotto] per fare l'intingolo".



Spazio
dedicato ai lettori

COUPON DI
RICHIESTA ANNUNCI
GRATUITI

Nome _____
Cognome _____
Azienda _____
Via _____ CAP _____
Città _____ Prov. _____
Tel. _____ Fax _____
e-mail _____

Consapevole delle responsabilità in cui incorre chi rilascia false dichiarazioni, dichiaro sotto la mia personale responsabilità di non operare, neanche di fatto, né per conto di terzi, quale operatore nel campo dell'oggetto della presente inserzione. E inoltre dichiaro sotto la mia personale responsabilità la veridicità del testo da pubblicare oggetto della presente richiesta di inserzione.

N.B.: fornire i dati sopra richiesti per uso archivio indicando sempre il n° di telefono domiciliato. Senza dati identificativi e la firma del committente l'inserzione non sarà pubblicata.

Data _____ Firma _____

Testo da pubblicare

una sola inserzione per tagliando - max 50 parole scritte a macchina o in stampatello

Desidero che nell'annuncio ☐ mantengiate il mio anonimato ☐ compaiano i miei dati personali

Spedire in busta affrancata:

INNOVAZIONE Srl - Via P. Togliatti, 25 - 06073 Taverne di Corciano (Pg)

GLI INSERZIONISTI DI QUESTO NUMERO

• Agugiario & Figna Molino Spa
• B&G Srl
• Bernardini Gastone Srl
• Bianconi Spa
• Bonduelle Food Service Italia Srl
• Butali Spa
• Cancelloni Srl
• CGM Srl

• Canuti Srl
• Clai Srl
• Comunità Montana Associazione dei Comuni "Trasimeno-Medio Tevere"
• Conserve Italia Soc. Coop. Agricola
• Consorzio Latteria Virgilio Soc. Agr. Coop.
• Cooperlat Soc. Coop. Agricola
• Elle Esse Snc
• Fattoria Novelli Srl

• Formec Biffi Spa
• Fresystem Spa
• General Fruit Srl
• Innocenti Dino Srl
• Kat Italia Srl
• Lat-Bri Latticini Brianza Spa
• Olitalia Srl
• Pizzoli Spa
• Polar Seafood Italia Srl

• Provincia e Camera di Commercio di Arezzo
• Rauch Italia Srl
• Riunione Industrie Alimentari Srl
• Stocchi Gelati Srl
• Torrefazione Caffè Mokacika Srl
• Trinità Spa
• Unilever Italia Srl Div. Foodsolutions
• Vitelco Italia Srl
• Vittoria Assicurazioni Spa



L'INNOVAZIONE AL SERVIZIO DEL CLIENTE

La Butali S.p.A. è la principale azienda dell'Italia Centrale specializzata nella distribuzione di elettrodomestici e di elettronica di consumo. Un deposito ad Arezzo e 3 piattaforme distributive (Perugia, Ancona, Grosseto) a supporto dell'attività di vendita all'ingrosso per una superficie complessiva di circa 10.000 mq garantiscono una consegna veloce, a domicilio, di prodotti sempre aggiornati, delle principali marche operanti in Italia.

Butali Spa - Strada E, 6 - 52040 San Zeno (Ar) - Tel. 0575 9511 fax 0575 998511
www.butali.it - butali@butali.it

POLAR SEAFOOD
DENMARK A/S



Polar Seafood Italia Srl - Viale Rimembranze, 45 - 20020 Lainate (Mi) - Tel. 02 93796171 fax 02 93796151
www.polarseafood.it - psi@polarseafood.it

Le ricette di... Roberto Lodovichi



ROBERTO LODOVICHI



MILLEFOGLIE DI VERDURE GRIGLIATE CON RICOTTA DEL CASENTINO AL PROFUMO DI BASILICO E OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA

per 6 persone

200 g melanzane
200 g zucchini
200 g peperoni
100 g pomodori media maturazione

300 g ricotta fresca del casentino
100g basilico fresco
olio extravergine q.b.
sale, pepe

Pulire le verdure, tagliare a fette alte 0,50 cm con l'affettatrice e grigliare senza salare. Frullare il basilico con dell'olio extravergine di oliva e amalgamare la ricotta con la metà del basilico frullato, aggiungere sale e pepe. Disporre le verdure grigliate (salandole) in uno stampino monoporzione. Alternare uno strato di verdure, uno strato di ricotta al basilico. Infornare per 5 minuti in forno già caldo a 180°. Sformare nel piatto, aggiungere la salsa di olio e basilico e decorare con delle foglioline di basilico fresco e dei filettini di pomodoro a cubetti.

OPPA FREDDA DI MELE RUGGINESE DELLA VALDICHIANA CON CREMA INGLESE E FRUTTI DI BOSCO

n 6 mele rugginose della Valdichiana

100 g di burro

100 g di zucchero

cannella in polvere

1 bicchierino di vinsanto

300 g di crema inglese

200 g di more, fragole e mirtilli

zucchero a velo

6 lingue di gatto

6 foglie di menta fresca

— • —

Sbucciare le mele e tagliare a spicchi
• Scaldare il burro in una padella, aggiungere le mele, la cannella, il vinsanto e lo zucchero
• Cuocere per 5 minuti e lasciare raffreddare
• In una coppa di vetro comporre il dessert, facendo uno strato di crema inglese, uno di mele, uno di crema con sopra i frutti di bosco
• Lasciare riposare in frigo per 2 ore • Servire spolverando con dello zucchero a velo, con la menta fresca e con le lingue di gatto.



TAGLIOLINI AL SANGIOVESE CON RAGÙ BIANCO DI CHIANINA E TARTUFO NERO ESTIVO

per 6 persone

Per la pasta
500 g di farina
4 uova intere
4 tuorli
1 bicchiere di Sangiovese

Per la salsa
400 g di polpa di chianina macinata
2 salsicce di maiale
2 cipolle rosse

200 g di sedano
200 g di carota
1 spicchio di aglio
sale e pepe q.b.
1 bicchiere di Sangiovese
100 g di tartufo nero estivo
brodo di manzo q.b.
2 foglie di alloro
1 ramoscello di rosmarino
olio extravergine di oliva q.b.
parmigiano grattugiato q.b.

Impastare la farina, le uova e il vino. Lasciare riposare per 30 minuti in frigo. Tirare la pasta in sfoglia sottile e tagliare a mano in strisciole alte 0,50 cm. Macinare le verdure e soffriggere. Aggiungere la polpa di chianina e le salsicce e brasare. Bagnare con il vino rosso, quando asciutto aggiungere del brodo, le erbe aromatiche, la metà del tartufo macinato, sale, pepe e finire la cottura.

SUPRÊME DI FARAONA, SAPORITA ALLE SPEZIE TOSCANE, CON RIGATINO CROCCANTE E PINZIMONIO TIEPIDO DI VERDURE

per 6 persone

n 3 petti di faraona
200 g di rigatino a fette
200 g di rigatino stagionato macinato
rosmarino
salvia
fiori di finocchio
aglio

sale, pepe
olio extravergine di oliva
100 g di costolette di sedano
100 g di carote
100 g di peperoni rossi
100 g di finocchi freschi
pomodorini e prezzemolo riccio per la decorazione

tutte le verdure devono essere tagliate a julienne, lunghe 6/7 cm

Dividere in 6 parti i petti di faraona e aprire a ventaglio. Preparare una farcia composta dal rigatino macinato insieme alle spezie toscane. Farcire i petti di faraona e arrotolare con il rimanente rigatino a fette. Cospargere di olio e infornare per 20 minuti a 180°. Distribuire in una pirofila da forno le verdure. Saporire con sale, pepe e olio e cuocere in forno per 8 minuti a 160°. Presentare la suprême di faraona scaloppata e adagiata in un letto di pinzimonio tiepido. Decorare il piatto con dei filettini di pomodoro, prezzemolo riccio ed un filo di olio extravergine di oliva crudo.



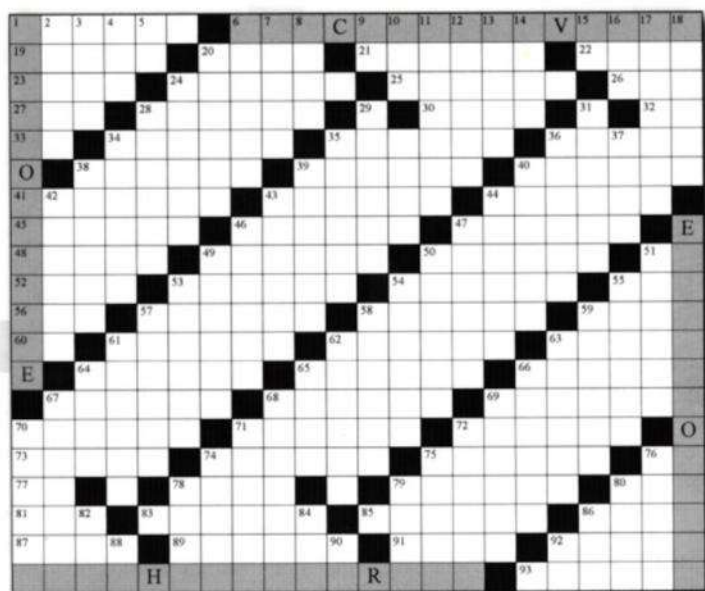


Vittoria Assicurazioni

Vittoria Assicurazioni Spa, Marchesi Rag. Moreno, Agente Generale - Via Sacco e Vanzetti, 13 - 06063 Magione (Pg) - Tel. e fax 075 841693
www.vittoriaassicurazioni.com - viattoriamagione@libero.it



Bernardini Gastone Srl - Via di Lavoria, 83/85 - 56040 Cenaia (Pi) - Tel. 050 644100
www.bernardinigastone.it - info@bernardinigastone.it



Le definizioni di carattere alimentare e culinario sono in grassetto. Al termine, nei riquadri a fondo grigio risulteranno quattro piatti o ingredienti di cucina. ...e se non ci siete riusciti, la soluzione al prossimo numero...

O **orizzontali:** 1. Movimento di un fluido. - 19. Tipo di vela. - 20. I Maori senza testa. - 21. Travestiti, dal Brasile al mondo. - 22. Un re shakespeariano. - 23. Codesti in latino. - 24. Antica civiltà mesoamericana. - 25. Ninfa di una fonte romana. - 26. Andati. - 27. Una specie di rosa. - 28. Città laziale... che canta. - 30. Il cattivo dell'Otello. - 32. TeleDipendente. - 33. Terni. - 34. Nome greco della trirèmi. - 35. Queste sono crociate. - 36. Fuochi... poco seri. - 38. Ventilare. - 39. Gruppi canori (e i libroni sui quali si cantava il Gregoriano). - 40. Donna guerriera. - 41. **L'ultima voce del menu.** - 43. Il ragioniere amico di Fantozzi. - 44. Tornata a nuova vita. - 45. Irte, pungenti. - 46. L'ha gelida la Traviata. - 47. Quella che ti voglio al più presto sposar. - 48. O progetto strate-gico, o strumento musicale. - 49. La effettua il medico. - 50. **Conserva di pomodoro, all'americana.** - 51. Ricevuta di Ritorno. - 52. Un Profeta maggiore. - 53. Il Goloso dantesco. - 54. **Ottimo contorno giallo-rosso.** - 55. Abbreviazione di debuttante. - 56. Con così, vale amen. - 57. L'iran anticamente. - 58. Provincia della Liguria. - 59. Si scrive in classe. - 60. Sigla di Como. - 61. Più che piccola. - 62. La città natale di Orazio. - 63. Sommo sacerdote sotto David. - 64. La città con Mergellina. - 65. **Servono per il pesto.** - 66. Aladino lo dice-va a Sesamo. - 67. Le cavità carsiche. - 68. Uno è Lazarillo de Tormes. - 69. Variante del fox-trot. - 70. Le calpestanò gli schermidori. - 71. Onore a lui! - 72. Piccolezza insignificante. - 73. Risultato, effetto. - 74. Insieme al seno. - 75. La patria di Asterix. - 76. Patologia Latina. - 77. Il Telegiornale a suo tem-po diretto da Sandro Curzi (sigla). - 78. Un Carlo patriota, e la via di un famoso delitto romano. - 79. Cittadina friulana sul Livenza. - 80. Il nome di Gibson. - 81. Il gruppo clandestino basco, o gli anni che ho. - 83. Lo è rimanere a letto ancora un po' per Drupi. - 85. Riunione di appassionati. - 86. Lanci sul bersaglio. - 87. Le cose di casa. - 89. Piccolo carnivoro ghiotto di pesci. - 91. Le si spiega per far correre la barca. - 92. **Pancetta affumicata in inglese.** - 93. Il regno del cuoco.

V **verticali:** 2. Light Amplification by Stimulated Emission of Radiation. - 3. Cosparsa d'olio. - 4. Sigla di un partito socialista. - 5. Salerno. - 6. Era secca quella di un film di Pasolini. - 7. In esse si svolgono le corride. - 8. Diminutivo di Enrico. - 9. Quarto romano. - 10. Organizzazione Italiana Espianti. - 11. **I legumi, ottimi con la pasta.** - 12. **Animano i puri di cuore.** - 13. Il dirigibile di Nobile. - 14. Cittadina del Bergamasco. - 15. Aggettivo spagnolo. - 16. Sta con lui. - 17. **Un tipo d'insalata.** - 18. Ha come simbolo Ir. - 20. Il nome di Ein-stein. - 24. Ungere, si dice della padella. - 28. C'è quello di casa, quello d'ufficio e quello urbano. - 29. **Si fa macinando il grano.** - 31. Nel Nilo è un coccodrillo, vicino a Camerino è un castello e una casata. - 34. Piccolo elaborato universitario. - 35. Levigato oppure forbito. - 36. Terminate. - 37. Così i bambini chiamano colei che li accudisce. - 38. Un personaggio della Pietra di paragone di Rossini e un marchio della Mitsubishi. - 39. Beffarda, irridente, scettica. - 40. La compie la barca intorno alla boa. - 42. Lo subiscono i perseguitati politici. - 43. Nel calcio, quella da capitano. - 44. Badesco e Dell'Abate, entrambe attrici sexy. - 46. Li emettono i gas di scarico. - 47. Quelli che non pagano puntualmente. - 49. Macho. - 50. Da pranzo o da studio. - 51. Lontane o antiche. - 53. **Quello di Natale a casa, quello di Capodanno al ristorante.** - 54. Si dice di un tenore e di un usignolo. - 55. Dedicata, consacrata. - 57. Il re Breve. - 58. A presiederlo prima Pera, adesso Marini. - 59. Lavoro d'intarsio. - 61. Inferma. - 62. Azelio, già CT della Nazionale. - 63. **Insaporiscono il cibo.** - 64. Li sa fare il marinaio. - 65. Cataste per bruciare i cadaveri. - 66. Wagner musicò quello dei Nibelunghi. - 67. Lo schermo del computer. - 68. I complimenti così non fanno piacere. - 69. In informatica, quando sei collegato. - 70. Il cognome anagrafico dell'attrice Carole Lombard. - 71. Perry Como cantava il magic. - 72. Una varietà di biscia. - 74. Paesaggista francese (1796-1875), auto-re del Ponte di Narni. - 75. Antonio, famoso ballerino spagnolo. - 76. Juan-Domingo ed Evita, protagonisti in Argentina. - 78. Il grande Edson Arantes do Nascimento. - 79. Erano sette: Biente, Chilone, Cleobulo, Pittaco, Solone, Pe-riandro, Taletè. - 80. I gatti di casa. - 82. Il nome della Cercato. - 84. Ordine abbreviato. - 86. Tomografia Assiale Computerizzata. - 88. Amoreggiò con Walter Chiari (iniziali). - 90. Preposizione articolata. - 92. Biblioteca Universale.



ARIELE

I nati sotto il segno dell'Ariete sono solitamente ottime forchette, tendenti a privilegiare più la quantità che la qualità, amano piatti concreti e sostanziosi ma esigono rapidità del servizio: odiano le lunghe attese e i tempi morti tra un piatto e l'altro. Ingoiano spesso frettolosamente il cibo. Le proteine sono molto importanti nella loro alimentazione e per questo prediligono le carni, magari con una salsa saporita.



GEMELLI

I nati sotto il segno dei Gemelli amano sperimentare e variare la loro dieta: non disdegnano di provare le cucine esotiche o di tentare insoliti accostamenti di sapori. Sono molto attenti alla loro linea e per questo limitano il consumo di grassi. Prediligono piatti leggeri, raffinati e creativi; disdegnano le abbuffate.



LEONE

I nati sotto il segno del Leone amano concedersi cibi costosi e raffinati. Adorano essere coccolati con piatti personalizzati appositamente per soddisfare il loro palato. Si trovano a loro agio seduti a capo tavola, a intrattenere gli amici, indispensabile contorno delle loro cene. Spesso preferiscono il salato al dolce. Importante anche una quantità adeguata al loro appetito.



BILANCIA

I nati sotto il segno della Bilancia sanno adattarsi senza grossi problemi alla maggior parte dei cibi e delle cucine. Apprezzano però una tavola imbandita a regola d'arte e un certo ritmo nelle portate, che non li costringa ad attese troppo lunghe. Amano alternare ricette tradizionali con piatti tipici di cucine etniche ed esotiche.



SAGITTARIO

I nati sotto il segno del Sagittario non sono particolarmente esigenti a tavola ma gradiscono una grande varietà nei piatti. L'accostata ideale è data da un primo elaborato e saporito seguito da un secondo più semplice. Un dessert completa il tutto. La cucina tradizionale, con alcune variazioni, è particolarmente apprezzata.



ACQUARIO

I nati sotto il segno dell'Acquario gradiscono piatti abbondanti e sostanziosi ma sono molto attenti ad evitare alcuni cibi cui sono intolleranti. Applicano la loro fantasia e il loro essere anticonvenzionali anche alla tavola e quindi è probabile che apparecchino la tavola con un tocco di originalità o ci siano degli accostamenti alimentari non troppo classici. Durante i pasti adorano stare in buona compagnia, chiacchierando e scambiando allegre battute.

O

I nati sotto il segno del Toro sono caratterizzati da un modo di fare lento, con un'innata tendenza a godere. Al Toro è associata la bocca e quindi amano il buon cibo, la buona tavola. Prediligono più la qualità che la quantità, curano l'estetica dei piatti, il modo con cui è apparecchiata la tavola e l'ambiente, elementi importanti per un pranzo o una cena perfetta. Il dessert è la chiusura ideale per il loro fine palato. Non per questo perdono d'occhio la loro linea.

R

I nati sotto il segno del Cancro prediligono generalmente una cucina semplice, con piatti semplici, poco elaborati e genuini. Amano mangiare in compagnia, non sono particolarmente esigenti e spesso amano cimentarsi di persona ai fornelli, essendo ottimi cuochi. Tra i piatti preferiti la pasta, il gelato e i dolci.

O

I nati sotto il segno della Vergine amano una cucina pratica e tradizionale. Disdegnano le sperimentazioni e le ricette elaborate e preferiscono un piatto che conoscono e apprezzano. Non amano i cibi speziati e prediligono cibi leggeri, di facile digestione. La loro cucina sarà riconoscibile per la pulizia e la sterilizzazione di ogni loro utensile. Possono amare fare conserve di marmellate o altro.

S

I nati sotto il segno dello Scorpione amano spesso iniziare pranzi e cene con un antipasto, a base di stuzzichini e tartine. Apprezzano il pesce, soprattutto crostacei e molluschi pregiati. Detestano invece non avere la possibilità di scegliere ogni singolo piatto: anche una sola portata non gradita riesce a infastidirli e a metterli di cattivo umore.

C

S otto il segno del Capricorno potremo trovare sia dei veri e propri mangioni, sia altri, completamente disinteressati al cibo, capaci di grandi digiuni. Sono amanti dei cibi e dei vini ricercati e costosi. Le pietanze devono essere ben presentate e servite su una tavola imbandita a regola d'arte. Passione ricorrente è quella per il cioccolato, soprattutto fondente.

O

I nati sotto il segno dei Pesci sono dei golosi incorreggibili: cibo abbondante e in tutte le ore della giornata, inclusi dolci. Preferiscono cibi morbidi e succulenti, senza trascurare l'assunzione di carboidrati (presenti ad esempio nella pasta). Apprezzano molto i ristoranti con un buon rapporto prezzo/qualità.

P

Pesci





Olio e Pasta



ETRURIA



Colle del Sole

