modulo 4

LE TECNICHE DI VALORIZZAZIONE E I CONCORSI

SIGNIFICATO DI VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI TIPICI

L'Italia è piena di prodotti straordinari, definiti "tipici", che superano le oltre 4000 unità. Si annoverano frutta, verdura, formaggi, salumi, olio d'oliva e così via, tanto che un elenco stilato sarebbe sempre incompleto.
Intanto cosa significa avere un marchio tipico?
L'idea di garantire un prodotto tipico nazionale è nato con l'Unione europea, la quale ha realizzato un sistema di marchi per promuovere e proteggere la denominazione dei prodotti agricoli e alimentari di qualità. Sostanzialmente si parla tre marchi: la denominazione di origine protetta (DOP), l'indicazione geografica protetta (IGP) e la specialità tradizionale garantita (STG).
Questo sistema di marchi consente in tutti gli stati membri dell'Unione europea, di tutelare la diversificazione dei prodotti agricoli, di proteggere la diversa denominazione dei prodotti alimentari contro le imitazioni e i plagi, nonché aiutare il consumatore, informandolo sulle caratteristiche specifiche dei prodotti.
Denominazione di Origine Protetta (DOP)
Questa denominazione indica un prodotto agricolo o alimentare, le cui qualità e caratteristiche sono dovute all'ambiente geografico, comprensivo dei fattori naturali e umani e la cui produzione, trasformazione ed elaborazione avvengono nell'area geografica delimitata. L'intero ciclo produttivo deve essere effettuato all'interno della stessa zona e quindi non riproducibile al di fuori di questa.
Esempio: Caciocavallo Silano DOP

INDICAZIONE GEOGRAFICA PROTETTA (IGP)

La sigla indica un prodotto agricolo o alimentare, le cui qualità e caratteristiche siano attribuite all'origine geografica e la cui produzione e/o trasformazione e/o elaborazione avvengano nell'area geografica determinata. Il prodotto IGP non richiede necessariamente la produzione in loco della materia prima, purché questa consenta di ottenere un prodotto corrispondente ai requisiti imposti dal disciplinare di produzione.
Esempio: Aceto Balsamico di Modena IGP

SPECIALITÀ TRADIZIONALE GARANTITA (STG)

Questo termine è riservato a prodotti alimentari tradizionali che presentano uno o più elementi che li distinguono da prodotti analoghi della stessa categoria. In poche parole devono avere "specificità" legata al metodo di produzione o alla composizione legata alla tradizione di una zona, ma che non vengano prodotti necessariamente solo in tale zona. E' l'esempio della pizza napoletana (tutelata dal 5 Febbraio 2010) e dei Panellets spagnoli, dei dolci tipici spagnoli, preparati per la festa di Ognissanti. Anche una preparazione STG deve essere conforme ad un preciso disciplinare di produzione.

VALORIZZAZIONE DEL PRODOTTO NELLE REALTÀ LOCALI

Se vogliamo valorizzare un nostro prodotto, la prima cosa da fare è raccogliere informazioni su di esso, per saperne il più possibile. Non è concepibile che un addetto di sala, se gli chiedi che differenza c'è tra il Sale di Cervia e un sale "normale", faccia scena muta. Soprattutto non è possibile se lo stesso abita nella Riviera romagnola. Partendo proprio da questo esempio, parleremo del Sale marino di Cervia. Si tratta di un sale marino integrale prodotto, raccolto e confezionato secondo un metodo tradizionale. Questo non viene essiccato artificialmente e mantiene le sua naturale umidità (2%), caratteristica tipica del sale marino non raffinato. In questo modo ritroveremo la presenza di tutti gli

oligoelementi presenti nell'acqua di mare, come lo iodio, lo zinco, il rame, il manganese, il ferro, il magnesio e il potassio. Oltre a queste caratteristiche alimentari e anche tecniche, questo sale da sempre è conosciuto come un sale dolce: non perché abbia una minore capacità salante, ma per una più limitata presenza dei sali amari, quali i solfati di magnesio, di calcio, di potassio e il cloruro di magnesio, ossia di quelle sostanze per lo più insolubili, che danno al sale quel retrogusto amarognolo meno gradito al palato.
Nel sito Salinadicervia.it scrivono: "*Non esiste solo il sale da cucina, grosso e fino, ma esistono sali diversi per composizione e sapore. Gran parte del sale comune da cucina, sia salgemma che sale marino, subisce trattamenti pesanti come essiccatura, raffinatura, sbiancamento, macinatura e viene addizionato con antiagglomeranti al fine di aumentarne la cospargibilità. A causa di tutti questi procedimenti i minerali inizialmente presenti vengono dispersi. Tra questi anche lo iodio, che verrà successivamente reintrodotto chimicamente. Avendo un gusto artificialmente troppo forte, desensibilizza le nostre papille gustative, portandoci a salare sempre più.*"

Per chi si trova a Cervia o Milano Marittima, entrando in qualsiasi albergo, troverò delle confezioni esposte ed in vendita del sale di Cervia, proprio per questo forte legame con il luogo. Addirittura lo si può trovare confezionato in altre forme come la "Mattonella dello chef", una mattonella di Sale di Cervia ideale per la cottura a caldo o per preparazioni a freddo delle pietanze. Le pietanze vengono cotte sulla mattonella e durante la cottura assorbono la giusta quantità di sale, salandosi autonomamente. In questo modo non si aggiungono nemmeno grassi, come olio, burro e margarina).
Ma non solo, un cocktail Margarita può essere servito con vari tipi di sale, a quel punto si può orlare il bordo con quello di Cervia: ecco un'idea originale per il proprio bar.
Questi sono solo alcuni esempi. Vediamo un altro prodotto: il vino.

Cena del vignaiolo

Negli ultimi tempi i corsi per diventare sommelier si sono riempiti con la presenza di liberi professionisti, avvocati, persone curiose sul mondo del vino. Gli operatori della ristorazione invece rappresentabno solo una piccola fetta (10%). Naturalmente questo dato varia da zona a zona: per esempio nel Lazio chi lavora nei ristoranti, il 70% ha un attestato da sommelier. Pertanto può capitare (e capita) che il cliente ne sappia di più di che deve consigliare il vino. Anche a me è capitato che chiedessi quale fosse il vino della casa, e mi fosse risposto è "un 70% Trebbiano e un 20% vermentino"! A parte il fatto che mancherebbe il 10% per completare, ma si tratta di un'informazione talmente tecnica che non serve a nulla per poter decidere. Sono nate così le cosiddette "cene con il vignaiolo": si tratta di cene degustazione, dove ogni portata è accompagnata da un vino diverso, di uno stesso produttore. Tra una portata e l'altra il sommelier (o il responsabile del Ristorante) spiega l'abbinamento e la serata si conclude con un brindisi a base di vino passito o di spumante dolce (se il produttore lo ha in catalogo).
In questo modo, il vignaiolo farà conoscere il suo vino, o meglio i suoi vini, visto che si possono proporre 4 tipi di vini diversi, per ogni piatto. Il ristorante organizzerà una serata diversa dalle solite (magari nei giorni infrasettimanali di minor afflusso) ed i clienti a modo loro si faranno una "cultura" enogastronomica.
Chiaramente questo ha un costo: il sommelier che organizza la selezione dei vini e presentazione, i vini della serata (ma spesso si possono fare accordi del tipo si comprano un certo quantitativo di bottiglie, con degli omaggi da usare nella serata). Oltre a questo bisogna pubblicizzarle: ma oramai tutti i ristoranti hanno una pagina Facebook o un loro canale. Una variante di queste cene sono quelle che io ho definito "cene evento".

Cena degustazione con evento

La cena evento è strutturata similarmente alla cena degustazione. L'idea di fondo è quel-

la di intrattenere gli ospiti non soltanto con una buona cucina ed un buon servizio di sala, ma anche offrendo uno "spettacolo" culturale. Presso l'*Istituto per i servizi di Enogastronomia*, nel 2014 se ne sono organizzate diverse, con vati temi. Una delle più interessanti è stata quella legata all'arte. Ed è stata così strutturata: prima dell'antipasto: introduzione all'argomento: un allievo con microfono annunciava la cena ai commensali che intanto avevano preso posto. Spiegava il menu brevemente e gli argomenti legati.

Antipasto: Un altro allievo spiegava alcune opere del Museo Civico Lia (La Spezia), facendo notare dettagli e curiosità. Per fare questo si avvaleva di un videoproiettore e di una presentazione in power point.

Primo piatto: Un altro allievo spiegava altre opere sempre custodite nello stesso museo

Secondo piatto: Infine, l'ultimo allievo terminava la presentazione con l'arte moderna, soffermandosi su Vasilij Kandinskij. Infatti la torta realizzata dagli studenti rappresentava, per grandi linee, proprio un'opera di questo autore. Dopo il dolce veniva diffuso un filmato, preparato in precedenza con Windows Movie Maker, sulla storia dell'arte. Gli obiettivi raggiunti sono stati diversi: intanto offrire agli studenti delle competenze diverse dalle solite, come organizzare un evento (sempre coadiuvati dall'insegnante) e parlare davanti al pubblico. Lo staff si è diviso i compiti: vi erano gli addetti di sala, il maître, fino ai lavapiatti. Un lavoro di squadra impegnativo che ha visto coinvolti per diversi mesi la stessa classe.

La cena su Dante Alighieri

Alcuni canti dell'Inferno di Dante si prestano volentieri per questo tipo di esperimento. L'anno scorso abbiamo scelto per esempio il quinto cerchio dell'Inferno per fare un esperimento. Gli insegnanti coinvolti sono stati quelli della materia di italiano e storia, che hanno spiegato sinteticamente il canto. Poi lo stesso è stato sezionato in 4 parti: ogni allievo doveva spiegare la sua parte, non recitandola, ma limitandosi, con l'aiuto di immagini, a descrivere le scene. Non è stato un lavoro semplice, ma anche questo tipo di evento è servito agli allievi a prendere confidenza con le persone e parlare davanti al pubblico. I piatti abbinati erano ispirati alla cucina medievale, così i vini scelti. Un altro esperimento per promuovere due prodotti in contemporanea, è la cena con l'autore. Si invita un autore di un libro (se riguarda l'enogastronomia, meglio ancora) e tra una portata e l'altra egli spiega alcuni argomenti del proprio libro.

Naturalmente alla fine della cena, gli ospiti potranno anche acuistare il suto testo. Vi è un unico accorgimento: non trattare testi di guerre, di eventi tragici e di malattie.

I vantaggi sono i seguenti:

- L'autore ha un canale alternativo e originale per promuovere il suo lavoro e non è la solita conferenza stampa;
- L'Istituto e i docenti che organizzano l'evento diventano intermediari culturali tra soggetti esterni (autori, ospiti) e gli allievi;
- La cena naturalmente è a pagamento (si può proporre una quota di prenotazioni riservata all'autore) e quindi rappresenta un introito supplementare per l'Istituto.

Altri esempi verranno mano mano pubblicati sul sito.

i Concorsi

Aneddoti e curiosità su concorsi e dintorni....

Un altro modo per promuovere i prodotti tipici (e non) è quello di organizzare concorsi a tema. Ogni volta che esce un prodotto nuovo (per esempio un liquore) oppure c'è bisogno di pubblicizzarne uno già esistente, andando oltre i confini della provincia, i concorsi possono essere utili a questo scopo. Un liquore può essere il protagonista di una competizione di drink fantasy: i concorrenti sono liberi di creare il loro drink, purché usino obbligatoriamente quel liquore o distillato. Le ricette create nel concorso saranno poi pubblicizzate e così via. Nel caso di generi alimentari (i testaroli o i mitili prodotti in una determinata località), questi possono essere impiegati nella creazione di nuove ricette. È importante il coinvolgimento dei produttori, che devono fornire le materie prime e naturalmente anche un contributo per l'evento, dato i primi soggetti sui cui si avrà la ricaduta d'immagine, saranno proprio loro. Sui concorsi però bisogna ampliare un po' il discorso, in quanto oltre a promuovere un prodotto, servono anche per migliorare la didattica e premiare l'eccellenza.

Organizzare un concorso

I concorsi sono un ottimo strumento per mettersi in gioco e confrontarsi con altri colleghi o studenti: è indispensabile parteciparvi. Nel mondo del barman vi sono innumerevoli concorsi, dalla caffetteria al flair bartending, ma qui parleremo solo di due categorie (anche per la loro fattibilità): il concorso con cocktail codificati IBA e quello fantasia.
Tra i due personalmente prediligo il primo, se non altro perché permette di avere praticamente uno strumento neutro per valutare i concorrenti. Infatti le ricette sono codificate, sono quelle: o le sai o non le sai. L'unica cosa da fare attenzione (se ne organizzate uno) è di verificare di fornire le ricette giuste. In questo caso il concorso si svolgerà verificando dapprima le conoscenze delle ricette e successivamente esaminando le tecniche in uso. Dall'aspetto e la presentazione del concorrente, fino al corretto dosaggio e preparazione. Alla fine di questo testo vi proponiamo la scheda di valutazione in uso per alcuni concorsi organizzati da AIBM (scheda naturalmente migliorabile). Perché se dovete organizzare un concorso è meglio evitare (i primi tempi) quello dedicato ai cocktail "fantasia"? Intanto dipende dal contesto. Facciamo due esempi. Contesto di un Istituto per i servizi di enogastronomia (ex alberghiero per intenderci). Se voi affidate la ricerca di un cocktail fantasia ad uno studente, magari del secondo biennio, dovreste dapprima accertarvi che conoscano le tecniche, metodologie, i giusti abbinamenti tra i vari ingredienti. Infatti spesso va a finire che ragazzi inesperti in tutto ciò, si affidano a barman esperti: pertanto alla fine il cocktail non è fatto da loro. Questo tipo di competizione, comunque complesso, andrebbe riservato ad allievi del monoennio finale. Invece nell'ambito delle associazioni, il discorso cambia. La gara riguardante il cocktail fantasia potrebbe svolgersi già tra barman più esperti, con un corso base alle spalle e tanta esperienza. Tra l'altro sarebbero avvantaggiati: se lavori in un bar hai tempo anche, tra un drink e l'altro, di provare nuove miscele.

Ma si devono vincere i concorsi?

La risposta non è scontata. A sentire molti: i concorsi vanno vinti. In realtà i concorsi si vincono dopo un po' che si partecipa alle competizioni. Bisogna fare tanta esperienza: dapprima si inizia nei concorsi interni all'istituto o all'associazione, poi in quelli esterni. Poi vi sono i concorsi internazionali. Qui ad esempio non viene permesso il versaggio libero: si dovrà utilizzare lo jigger. Quindi i fattori che saranno valutati riguardano l'eleganza dei gesti, la corretta esecuzione della ricetta (quindi se la conosce o meno, se si tratta di cocktail standardizzati IBA). Mentre nei concorsi italiani, dove non è obbligatorio usare lo jigger, vengono valutati anche altri fattori riguardo la metodologia.

Nei cocktail fantasia è più difficile vincere, perché occorrerebbe provare e riprovare varie ricette, per trovare l'equilibrio giusto nel drink. Poi intervengono anche i gusti della giuria: è chiaro che quello che può essere equilibrato per un giurato, per un'altra persona può assumere un gusto leggermente diverso. Questione di pochi decimali.
Tempo addietro (molto tempo addietro: 1998), durante una storica manifestazione della Francoli, vi fu anche una gara a sorpresa tra gli insegnanti. Si doveva inventare un cocktail: l'unica condizione era utilizzare un prodotto da loro indicato, poi per il resto si poteva usare quello che voleva. Come strategia decisi di orientarmi verso 3 ingredienti massimo, scegliendo una vodka neutra come base, un loro liquore (attualmente non in produzione) e sciroppo di granatina, con una semplice guarnizione. Evidentemente il mix fu ben apprezzato visto il primo posto. Da tenere in considerazione anche che la giuria era formata dagli allievi delle varie scuole (che non conoscevano l'insegnante autore del drink, ma valutavano e basta) e vi erano diversi competitor con divise di appartenenza con molta più esperienza di concorsi. Ma tant'è che si può vincere anche così. Con semplicità e un pizzico di fortuna.
Poi vi sono i concorsi truccati. Beh, esistono, inutile negarlo. Nessuno lo ammetterà mai, ma spesso si sentono commenti su questi tipi di concorsi. Evitiamo di parlare poi di quelli dove si raccolgono voti con i *Mi piace* su Facebook oppure su Youtube, è chiaro che chi convincerà più amici a votare, raccoglierà un numero di adesioni sempre più alto. Ecco perché meglio sempre puntare sui concorsi di tipo tradizionale, con allievi designati semplicemente con un numero, in modo tale da non essere riconosciuti dalla giuria alla scuola (o associazione di appartenenza). E, *dulcis in fundo*, naturalmente anche la giuria deve fare la sua parte.

LE DUE CATEGORIE CLASSICHE PER INIZIARE

IBA

Il concorso con i cocktail IBA è la soluzione migliore per iniziare, non tanto per il fatto che l'IBA sia la bibbia (alcuni cocktail con i dosaggi sono decisamente discutibili), più che altro essendo cocktail con ricette fisse, tutti le conoscono, le possono imparare e non vi dovrebbero essere divergenze o incomprensioni. Ma ho utilizzato il condiziona-

le, perché? Tempo addietro accompagnai delle ragazze a partecipare ad un concorso tra Istituti Alberghieri ad Alassio (Savona). Ebbene, uscì fuori che il Negroni doveva essere shakerato (!). eppure nel bando vi era scritto che le ricette erano IBA. Dissi alla Laura, tu fallo come lo desiderano loro, parafrasando il celebre motto napoletano *Attacca 'u ciucc' ndo' vol' lu patron'* (attacca l'asino dove vuole il padrone). In effetti pur partecipando la prima volta a questo concorso (tra l'altro organizzato benissimo dai colleghi dell'Istituto), portammo a casa un sesto posto (su 20). Andò meglio nell'altra gara, quella della degustazione, con un secondo posto. Peccato che quando mandai la foto del B52 al presidente Derrick Lee, questi mi ringraziò di cuore (nel sito mancava e ancora oggi è presente la foto). Da qui si denota lo stile italiano da una parte, e lo stile internazionale (di Mr. Lee). Controllate anche se le foto nei siti da dove prenderete le ricetta siano "giuste". È capitato di vedere dei Grasshopper con spolverata di cacao in cima (la ricetta IBA non lo prevede).

Fantasy

Come dicevo, se volete prediligere la tecnica e la conoscenza delle basi (anche culturali dei drink), allora il concorso con i drink IBA è la soluzione migliore. Tuttavia con partecipanti più esperti, la gara fantasy può dare delle belle soddisfazioni. La soluzione più semplice è stilare un regolamento dove magari la giuria tecnica passa in secondo piano, mentre vengono valutati altri dettagli, come il gusto, la preparazione e la decorazione (se prevista). Se volete potete anche trovare uno sponsor, un prodotto da valorizzare (liquore, distillato o altro). A quel punto nel regolamento dovete scriverlo che per prima va utilizzato quel prodotto e la costruzione del cocktail deve essere fatta tenendo presente questo particolare. A tal proposito vediamo cosa è successo al "Casini…"

L'esempio del "Casini"

Per tre anni consecutivi è stato organizzato il concorso "Iba drink" che prevedeva semplicemente due categorie, quella IBA e quella fantasia. Il primo anno fu la volta del miele. Si scelse di promuovere il miele della Lunigiana, che contribuì alle spese dell'organizzazione, questo nella categoria fantasy. Se il primo anno furono 4 le scuole partecipanti, l'anno dopo (Marzo 2014) si arrivò a 10 scuole. Il regolamento venne pubblicizzato sin dall'Ottobre precedente in modo tale le scuole che volessero partecipare, potevano valutare bene costi e quant'altro (per costi si intendono quelli del vitto e alloggio, in quanto l'iscrizione era gratuita). Il comunicato venne mandato attraverso l'email è pubblicato sul sito. Come prodotto scelto nel 2014, si optò per Pica, un delizioso liquore prodotto tra Pisa e Livorno. Agli studenti gli fu chiesto di creare un after dinner o long drink e vennero fuori diverse ricette interessanti. Ecco un breve riepilogo dei risultati finali. Il primo classificato per il Concorso IBA è stato l'allievo Luigi De Falco dell'Istituto Alberghiero C. Russo di Cicciano (NA), la seconda classificata Sofia Battistello IPSAR Castelfranco Veneto (TV), terza classificata Martina Grasso Isis Castelvolturno (CE).

Per la categoria "Fantasia" il primo classificato è stato Chiara Sarasini di Bagnolo Mella del CFP di Canossa, il secondo classificato è stato Margherita Baratto dell' IPSAR "G. Maffioli" di Castelfranco Veneto, il terzo classificato è stato Carlo Pusceddu dell'Ipsia di Iglesias.
Oltre a questo, la novità è stata l'assegnazione del "Premio Eleganza" conquistato dall'allievo Luigi De Falco, dell'Ipsar C. Russo di Cicciano, già classificato primo per la categoria IBA. Il premio è stato assegnato da La Casa della Divisa di Marco Esposto, altro sponsor che avevamo trovato per il concorso.