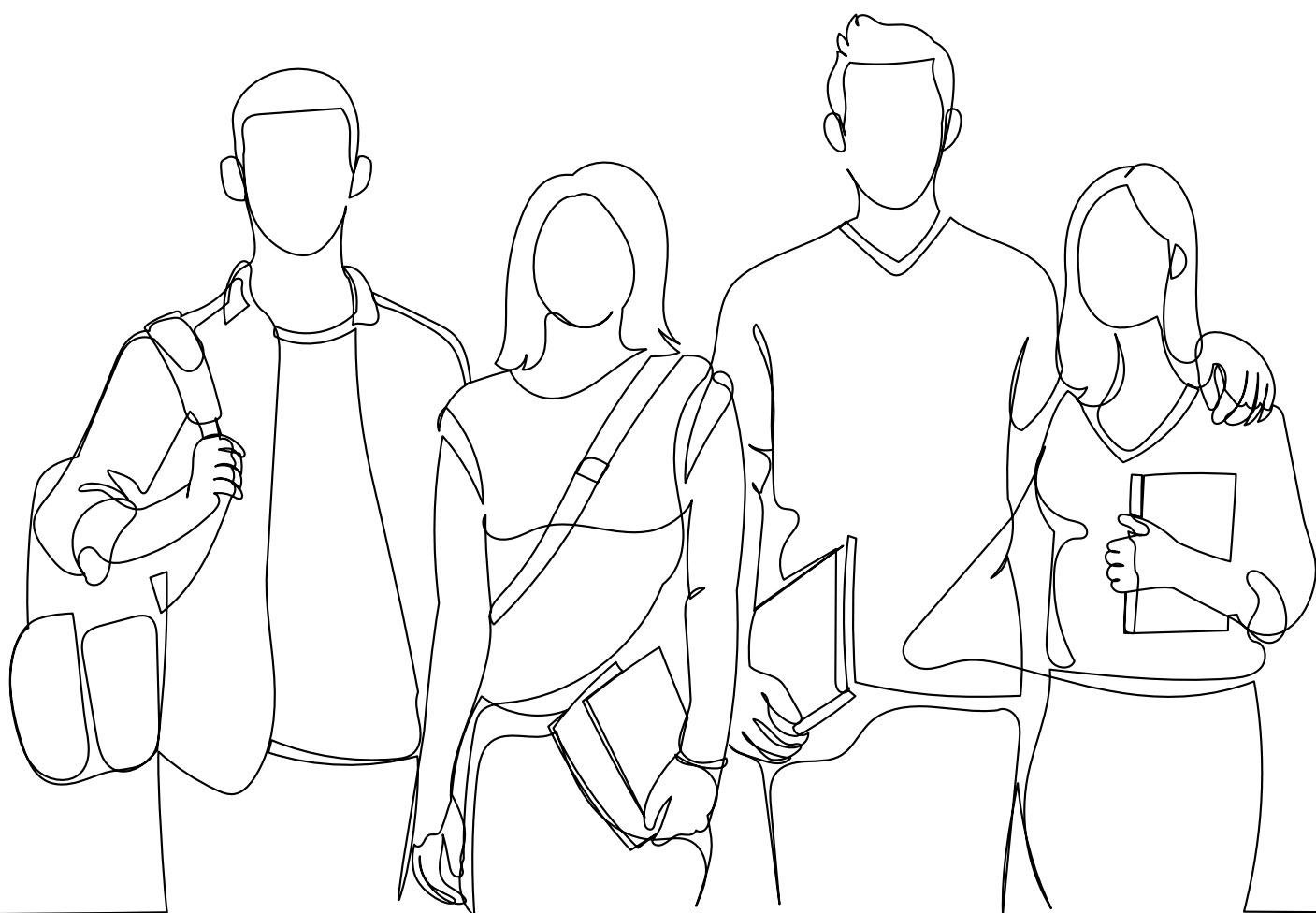


La nuova seconda prova degli Istituti professionali



- Normativa ministeriale
- Esempi di tracce per tipologie e nuclei tematici
- Tracce svolte

©2023 Edizioni Plan - Loreto, Italy

www.gruppoeli.it
info@edizioniplan.it

Coordinamento editoriale: Carla Quattrini
Impaginazione: Federico Borsella

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento totale o parziale con qualsiasi mezzo (compresi i microfilm e le copie fotostatiche) sono riservati per tutti i Paesi.

È vietata la riproduzione, anche parziale, o a uso interno didattico, con qualsiasi mezzo, non autorizzata.

Prima edizione: aprile 2023

Nell'eventualità che illustrazioni di competenza altrui siano riprodotte in questo volume, l'Editore è a disposizione degli aventi diritto che non si sono potuti reperire. L'Editore porrà inoltre rimedio, in caso di cortese segnalazione, a eventuali non voluti errori e/o omissioni nei riferimenti relativi.

Indice

La seconda prova dell'Esame di Stato per gli Istituti professionali	4
Tipologie	4
Nuclei tematici fondamentali d'indirizzo correlati alle competenze	4
Obiettivi della prova	5
Griglia di valutazione per l'attribuzione dei punteggi	5
Le quattro tipologie di seconda prova: come esplicarle	6
Gli otto nuclei tematici: come interpretarli	8
Esempi di tracce costruite per tipologie e nuclei tematici	12
Tipologia A	12
Tipologia B	15
Tipologia C	16
Tipologia D	17
Svolgimento delle tracce	19
Tipologia A	19
Tipologia B	37
Tipologia C	45
Tipologia D	50

La seconda prova dell'Esame di Stato per gli Istituti professionali

Il Ministero dell'Istruzione ha reso note l'organizzazione e le modalità di svolgimento dell'Esame di Stato conclusivo del secondo ciclo di istruzione per l'anno scolastico 2022/2023.

Per gli Istituti professionali, la **seconda prova** ha per oggetto una disciplina caratterizzante il corso di studio ed è intesa ad accertare le competenze attese dal profilo educativo culturale e professionale dello studente dello specifico indirizzo. Come specificato nel *d.m. 15 giugno 2022, n. 164*, negli Istituti professionali ad indirizzo *Enogastronomia e ospitalità alberghiera* di nuovo ordinamento, la prova potrà essere strutturata secondo una delle seguenti tipologie.

Tipologie

TIPOLOGIA A: analisi ed elaborazione di una tematica relativa al percorso professionale, anche sulla base di documenti, tabelle e dati.

TIPOLOGIA B: analisi e soluzione di problematiche in un contesto operativo riguardante l'area professionale (caso aziendale).

TIPOLOGIA C: individuazione e descrizione analitica delle fasi e delle modalità di realizzazione di un prodotto o di un servizio.

TIPOLOGIA D: elaborazione delle linee essenziali di un progetto finalizzato alla promozione del territorio e/o all'innovazione delle filiere di indirizzo.

La traccia sarà predisposta, nella modalità di seguito specificata, in modo da proporre temi, situazioni problematiche, progetti ecc. che consentano, in modo integrato, di accertare le conoscenze, le abilità e le competenze attese in esito all'indirizzo e quelle caratterizzanti lo specifico percorso.

La parte nazionale della prova indicherà la tipologia e il/i nucleo/i tematico/i fondamentale/i d'indirizzo cui la prova dovrà far riferimento. La Commissione d'esame declinerà le indicazioni ministeriali in relazione allo specifico percorso formativo attivato dall'Istituzione scolastica, con riguardo al codice ATECO di riferimento, in coerenza con le specificità del Piano dell'offerta formativa e della dotazione tecnologica e laboratoriale d'Istituto.

La durata della prova è prevista di 6 ore, se trattasi solo di un elaborato scritto; fino a un massimo di 12 ore, se è prevista una prova scritta con integrazione laboratoriale.

In quest'ultimo caso, ferma restando l'unicità della prova, la Commissione d'esame, tenuto conto delle dotazioni logistiche e delle esigenze organizzative dell'Istituto, può riservarsi la possibilità di far svolgere la prova in due giorni per una eventuale integrazione di tipo laboratoriale, fornendo ai candidati le specifiche consegne all'inizio di ciascuna giornata d'esame. Pertanto, la Commissione può disporre la durata della prova scritta in 4 ore, tenuto presente che per l'integrazione laboratoriale del giorno successivo, al fine di garantire l'esecuzione individuale e la presenza dell'intera Commissione, si debba adottare un modello organizzativo "per turni" della durata massima di 8 ore.

Nuclei tematici fondamentali d'indirizzo correlati alle competenze

1. Predisposizione di prodotti e/o servizi che abbiano come riferimento **i bisogni, le attese e i profili dietetici e/o culturali del cliente**, focalizzandosi, in particolare, sugli stili di alimentazione, sui contesti culturali e sui modelli di ospitalità.
2. **Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi**, con particolare riguardo ai seguenti ambiti: identificazione delle risorse, valutazione dei mutamenti delle tendenze di acquisto e di consumo, controllo della qualità, ottimizzazione dei risultati, efficienza aziendale e sostenibilità ambientale.
3. Programmazione e attivazione degli **interventi di messa in sicurezza** nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi: dalle procedure dei piani di autocontrollo all'implementazione della prevenzione dei rischi sul luogo di lavoro, alla connessione tra sicurezza, qualità e privacy.
4. Cultura della **"Qualità totale" dei prodotti e/o dei servizi**: come si esprime e si realizza nella valorizzazione delle tipicità e nell'integrazione con il territorio, nei marchi di qualità, nella digitalizzazione dei processi e nel sostegno all'innovazione.

5. **Valorizzazione del "made in Italy"**, come area integrata tra individuazione dei prodotti di qualità, organizzazione ottimale dei processi produttivi e/o dei servizi, adozione di efficaci strategie di comunicazione e di commercializzazione.
6. **Sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione**: diffusione della cultura di una sana e corretta alimentazione; introduzione di nuovi alimenti e/o di nuove tipologie di servizi; nuove tendenze del turismo e nuovi modelli di gestione aziendale.
7. **Lettura e promozione del territorio**, dalla corretta rilevazione delle sue risorse alla selezione di eventi rappresentativi delle sue specificità; adozione di tecniche efficaci per la pubblicizzazione degli eventi; valorizzazione di prodotti e servizi, che interconnettono ambiti culturali e professionali.
8. Ospitalità, intesa come spazio comunicativo del "**customer care**"; identificazione del target della clientela e offerta di prodotti e servizi per la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela.

I **NUCLEI** sono:

- **TRASVERSALI** alle aeree professionali di indirizzo.
- **APERTI** ai diversi percorsi in cui il profilo dell'indirizzo può essere declinato a cura delle scuole,
- con un **APPROCCIO AGGREGANTE E TRASVERSALE** alle 11 competenze di indirizzo e **NON** ai singoli insegnamenti.

Ciascun nucleo si propone di:

- intercettare i **campi di competenze** che si ritrovano nei diversi percorsi formativi;
- di rappresentare le **competenze professionali** che tutti i diplomati devono possedere in uscita dai percorsi dell'indirizzo di studio.

Obiettivi della prova

- Individuare le tematiche e/o le problematiche di riferimento nel testo proposto o nella situazione operativa descritta o nel progetto assegnato
- Elaborare, in maniera motivata e articolata, proposte funzionali alla trattazione della tematica o alla soluzione del caso o alla costruzione del progetto
- Utilizzare strumenti teorici e/o operativi nello sviluppo dell'elaborato o nella realizzazione e promozione di prodotti e/o servizi, formulando anche proposte innovative
- Saper argomentare e collegare conoscenze e abilità nell'elaborazione di tematiche o nella realizzazione e presentazione di prodotti e servizi, fornendo le motivazioni delle scelte operate
- Possedere adeguate e corrette conoscenze della strumentazione tecnologica, dei quadri storico-culturali e di quelli normativi di riferimento delle filiere, ove questi siano richiesti

Griglia di valutazione per l'attribuzione dei punteggi

Indicatore (correlato agli obiettivi della prova)	Punteggio massimo
Comprensione del testo introduttivo o del caso professionale proposto o dei dati del contesto operativo	3
Padronanza delle conoscenze relative ai nuclei tematici fondamentali di riferimento, utilizzate con coerenza e adeguata argomentazione	6
Padronanza delle competenze tecnico - professionali espresse nella rilevazione delle problematiche e nell'elaborazione di adeguate soluzioni o di sviluppi tematici con opportuni collegamenti concettuali e operativi	8
Correttezza morfosintattica e padronanza del linguaggio specifico di pertinenza del settore professionale	3

La commissione integrerà gli indicatori con la relativa declinazione dei descrittori.

Le quattro tipologie di seconda prova: come esplicarle

TIPOLOGIA A

Analisi ed elaborazione di una tematica relativa al percorso professionale, anche sulla base di documenti, tabelle e dati

Nell'ambito dei servizi per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera, l'analisi ed elaborazione di una tematica relativa al percorso professionale si riferisce alla valutazione e all'elaborazione di informazioni e dati pertinenti al settore, al fine di valutare le opportunità di **carriera** e di **sviluppo professionale**. Ciò può includere:

- la valutazione di documenti, tabelle e dati relativi al mercato dei prodotti enogastronomici e dell'offerta turistica, alle tendenze e ai gusti dei consumatori, ai costi e alle entrate, alle strategie di marketing e di vendita, e alle normative di settore;
- l'identificazione delle **opportunità di carriera** all'interno del settore dell'enogastronomia, della sala-vendita e dell'accoglienza turistica, analizzando ad esempio le opportunità che il territorio offre per diventare sommelier, chef, gestore di ristoranti o di enoteche;
- la definizione di un **piano di sviluppo professionale** per raggiungere i propri obiettivi, elaborando, ad esempio, una serie di **strategie** utili ad acquisire le **competenze** necessarie per la crescita professionale (ad esempio frequentare corsi di formazione e di specializzazione, partecipare a eventi di settore, sviluppare una rete di contatti e collaborazioni professionali sul territorio).

TIPOLOGIA B

Analisi e soluzione di problematiche in un contesto operativo riguardante l'area professionale (caso aziendale)

Nell'ambito dei servizi per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera, l'analisi e la soluzione di problematiche in un contesto operativo riguardante l'area professionale si riferisce alla valutazione e alla **risoluzione di problematiche specifiche che possono verificarsi in un'azienda** che si occupa di offrire servizi enogastronomici e di accoglienza turistica. Ciò può includere la valutazione di diverse problematiche che possono influenzare il successo dell'azienda, come ad esempio:

- la gestione del personale;
- la qualità dei servizi offerti;
- la competitività dei prezzi;
- la gestione degli approvvigionamenti;
- la pianificazione del marketing e della comunicazione;
- la gestione delle prenotazioni e del flusso di lavoro;
- la gestione dei feedback dei clienti;
- la valutazione e la risoluzione di problemi legati alle attrezzature e alle infrastrutture dell'azienda.

L'analisi di queste problematiche dovrebbe portare alla definizione di una **serie di soluzioni concrete e pratiche**, come ad esempio la definizione di procedure e protocolli di lavoro più efficaci, l'implementazione di sistemi di feedback e di miglioramento continuo, la formazione del personale per migliorare le competenze e la qualità del servizio, l'aggiornamento delle attrezzature e delle infrastrutture dell'azienda, e la definizione di una strategia di marketing e comunicazione più efficace per promuovere l'azienda e attrarre nuovi clienti.

In generale, l'analisi e la soluzione di problematiche in un contesto operativo riguardante l'area professionale nell'ambito dell'enogastronomia e dell'accoglienza turistica sono essenziali per garantire il successo dell'azienda e la soddisfazione dei clienti, creando un ambiente lavorativo efficace e gratificante per il personale e promuovendo lo sviluppo sostenibile e responsabile del settore.

TIPOLOGIA C

Individuazione e descrizione analitica delle fasi e delle modalità di realizzazione di un prodotto o di un servizio

L'individuazione e la descrizione analitica delle fasi e delle modalità di realizzazione di un prodotto o di un servizio (sia enogastronomico, sia riferito all'accoglienza turistica) possono avvenire attraverso un processo di analisi dettagliata e di valutazione delle **diverse fasi che compongono il processo di produzione o di erogazione del servizio**.

- Innanzitutto, è importante **identificare le fasi** coinvolte nella realizzazione del prodotto o del servizio, che possono variare a seconda del tipo di attività svolta. Ad esempio, nel caso di un ristorante, le fasi possono includere la selezione dei fornitori, la pianificazione del menu, la preparazione dei piatti, il servizio ai clienti, la gestione delle prenotazioni e la pulizia degli spazi. Nel caso di un'attività di accoglienza turistica, le fasi possono includere la pianificazione della prenotazione, l'accoglienza dei clienti, la gestione del check-in e del check-out, la pulizia degli ambienti, la fornitura di informazioni turistiche e la gestione dei feedback dei clienti.
- Una volta identificate le fasi chiave, è possibile procedere con una **descrizione analitica dettagliata delle modalità di realizzazione di ciascuna fase**, valutando i processi coinvolti, le risorse necessarie e i risultati attesi. Ad esempio, nel caso della selezione dei fornitori per un ristorante, le modalità di realizzazione potrebbero includere la valutazione della qualità dei prodotti offerti dai fornitori, la negoziazione dei prezzi e delle condizioni di consegna, la verifica della corrispondenza alle normative di sicurezza e d'igiene alimentare e la gestione dei rapporti con i fornitori.
- Infine, è possibile procedere con la **definizione di indicatori di performance e di controllo per valutare l'efficacia e l'efficienza delle diverse fasi** del processo di produzione o di erogazione del servizio. Ad esempio, nel caso di un ristorante, gli indicatori di performance possono includere la percentuale di clienti soddisfatti, il tempo di attesa per il servizio ai tavoli, la percentuale di rotazione dei prodotti e la percentuale di perdite alimentari. Nel caso di un'attività di accoglienza turistica, gli indicatori di performance possono includere la percentuale di prenotazioni confermate, la percentuale di clienti soddisfatti, il tasso di cancellazione delle prenotazioni e la valutazione della pulizia e della manutenzione degli ambienti.

TIPOLOGIA D

Elaborazione delle linee essenziali di un progetto finalizzato alla promozione del territorio e/o all'innovazione delle filiere di indirizzo

L'elaborazione delle linee essenziali di un progetto finalizzato alla promozione del territorio e/o all'innovazione delle filiere di indirizzo dovrebbe avvenire attraverso un processo di analisi e pianificazione dettagliato. Innanzitutto, è necessario individuare gli **obiettivi** specifici del progetto (che possono includere la promozione di un territorio o di un prodotto enogastronomico, l'innovazione di una filiera di produzione, la valorizzazione di specifici aspetti culturali o la creazione di nuove opportunità di business). Una volta definiti gli obiettivi, è possibile procedere con la definizione delle **attività specifiche** da realizzare, dei **tempi di realizzazione**, delle **risorse necessarie** e dei **risultati attesi**. Una volta identificati i dettagli specifici del progetto, è possibile procedere con la stesura di un **piano operativo** che definisca le seguenti linee essenziali del progetto.

- **Contesto di riferimento:** è importante descrivere il contesto geografico-territoriale, culturale ed economico nel quale si svolgerà il progetto, evidenziando le principali opportunità e le criticità che possono influenzare la realizzazione del progetto.
- **Obiettivi:** sono i risultati che si intendono raggiungere attraverso il progetto, sia in termini di *output* (ad esempio, aumento delle vendite di un prodotto enogastronomico, miglioramento della reputazione di un territorio) che di *outcome* (ad esempio, creazione di nuovi posti di lavoro, promozione di un'immagine di eccellenza di un territorio).
- **Target:** è importante identificare il pubblico a cui il progetto si rivolge, sia in termini di destinatari finali (ad esempio, turisti, consumatori di prodotti enogastronomici) che di *stakeholder* (ad esempio, produttori, operatori del settore turistico).
- **Attività:** sono le attività che verranno svolte per raggiungere gli obiettivi del progetto, con la descrizione delle fasi di realizzazione, dei tempi previsti e delle risorse necessarie.
- **Risultati attesi:** sono i risultati concreti che si prevede di ottenere dal progetto, in termini di output e outcome, con la descrizione delle modalità di misurazione e di monitoraggio.
- **Risorse necessarie:** è importante definire le risorse necessarie per la realizzazione del progetto, sia in termini di risorse umane (ad esempio, personale dedicato al progetto) che di risorse finanziarie (ad esempio, budget previsto per le attività del progetto).
- **Piano di comunicazione:** è importante definire un piano di comunicazione che preveda le attività di promozione e di visibilità del progetto, sia verso il pubblico target che verso gli *stakeholder*. Una volta elaborato il piano operativo, è possibile procedere con la definizione delle modalità di implementazione del progetto, attraverso la creazione di un team di lavoro dedicato e la definizione di un sistema di monitoraggio e di valutazione dell'efficacia del progetto nel raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Gli otto nuclei tematici: come interpretarli

NUCLEO TEMATICO 1

Predisposizione di prodotti e/o servizi che abbiano come riferimento i bisogni, le attese e i profili dietetici e/o culturali del cliente, focalizzandosi, in particolare, sugli stili di alimentazione, sui contesti culturali e sui modelli di ospitalità

In pratica, si tratta di adattare i servizi di ristorazione e di ospitalità alle esigenze e ai gusti del cliente, offrendo menu che rispettino il suo stile di alimentazione, come ad esempio vegetariano, vegano, senza glutine o senza lattosio, ma anche tenendo conto delle sue tradizioni culturali e le sue abitudini alimentari. Inoltre, si possono predisporre servizi di ospitalità che siano in linea con le attese e i profili culturali del cliente, ad esempio offrendo attività turistiche che permettano di scoprire il territorio e la cultura locale, organizzando eventi che celebrino le tradizioni, o offrendo servizi che rispettino i modelli di ospitalità preferiti dal cliente. In questo modo, egli si sentirà accolto e apprezzato e potrà godere al massimo del suo soggiorno, aumentando la possibilità di fidelizzazione e di raccomandazione del servizio offerto. Inoltre, questo tipo di attenzione alle esigenze dei clienti può essere anche un vantaggio competitivo per il settore della ristorazione e del turismo, permettendo di differenziarsi e di distinguersi dagli altri operatori del mercato.

NUCLEO TEMATICO 2

Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi, con particolare riguardo ai seguenti ambiti: identificazione delle risorse, valutazione dei mutamenti delle tendenze di acquisto e di consumo, controllo della qualità, ottimizzazione dei risultati, efficienza aziendale e sostenibilità ambientale

L'identificazione delle risorse è un aspetto fondamentale per la pianificazione e la gestione di prodotti e servizi enogastronomici e turistici. Le risorse possono includere gli ingredienti utilizzati per i piatti, il personale, gli strumenti e le attrezzature necessarie per la produzione e la somministrazione dei prodotti, i canali di vendita e di promozione, nonché le risorse finanziarie e di capitale. La valutazione dei mutamenti delle tendenze di acquisto e di consumo è un'altra area importante della pianificazione e gestione di prodotti e/o servizi enogastronomici e turistici. È necessario tenere sempre aggiornata la conoscenza delle tendenze di mercato e delle preferenze dei clienti per poter offrire prodotti e servizi competitivi e in grado di soddisfare le esigenze dei consumatori. Il controllo della qualità è un aspetto cruciale nella pianificazione e gestione di prodotti e/o servizi enogastronomici e turistici. L'adozione di standard qualitativi elevati consente di mantenere un alto livello di soddisfazione del cliente, di consolidare la reputazione dell'attività e di migliorare la fedeltà dei consumatori. L'ottimizzazione dei risultati è un obiettivo primario nella pianificazione e gestione di prodotti e/o servizi enogastronomici e turistici. È importante monitorare attentamente le performance dell'attività, identificare eventuali aree di miglioramento e adottare strategie per raggiungere gli obiettivi prefissati. L'efficienza aziendale rappresenta un fattore critico per la pianificazione e gestione di prodotti e/o servizi enogastronomici e turistici. La riduzione dei costi, l'ottimizzazione delle risorse e il miglioramento dei processi consentono di aumentare la redditività dell'attività e di garantire una maggiore competitività sul mercato. La sostenibilità ambientale è un aspetto sempre più rilevante nella pianificazione e nella gestione di prodotti e/o servizi enogastronomici e turistici. L'adozione di politiche e strategie a favore dell'ambiente, come la riduzione degli sprechi e l'utilizzo di ingredienti locali e biologici, contribuisce a migliorare la reputazione dell'attività e ad attirare una clientela sempre più sensibile alla sostenibilità ambientale.

NUCLEO TEMATICO 3

Programmazione e attivazione degli interventi di messa in sicurezza nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi: dalle procedure dei piani di autocontrollo all'implementazione della prevenzione dei rischi sul luogo di lavoro, alla connessione tra sicurezza, qualità e privacy

La programmazione e attivazione degli interventi di messa in sicurezza nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi enogastronomici e del turismo consiste nell'implementazione di un sistema di gestione della sicurezza alimentare e della sicurezza sul lavoro al fine di garantire la salute e la sicurezza dei consumatori e degli operatori. Le procedure dei piani di autocontrollo sono un aspetto fondamentale della programmazione e attivazione degli interventi di messa in sicurezza nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi enogastronomici e del turismo. I piani di autocontrollo prevedono la definizione di processi e procedure che consentono di identificare, monitorare e controllare i rischi in ogni fase del processo produttivo e di gestione dell'attività, dalla selezione delle materie prime alla somministrazione del prodotto finale. L'implementazione della prevenzione dei rischi sul luogo di lavoro rappresenta un'altra area critica della programmazione e attivazione degli interventi di messa in sicurezza nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi enogastronomici e del turismo. È fondamentale garantire un ambiente di lavoro sicuro e salubre, prevenendo il rischio di infortuni e malattie professionali per gli operatori e i dipendenti. La connessione tra sicurezza, qualità e privacy rappresenta un aspetto rilevante della programmazione e attivazione degli interventi di messa in sicurezza nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi enogastronomici e del turismo. È importante garantire la riservatezza dei dati personali dei clienti e dei dipendenti, nonché la qualità e la sicurezza dei prodotti e dei servizi offerti, al fine di garantire un'esperienza soddisfacente e sicura per il consumatore. In sintesi, la programmazione e attivazione degli interventi di messa in sicurezza nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi enogastronomici e del turismo richiede l'adozione di procedure di autocontrollo, l'implementazione della prevenzione dei rischi sul luogo di lavoro, la connessione tra sicurezza, qualità e privacy, al fine di garantire un'esperienza di qualità e sicura per il cliente e di salvaguardare la salute e la sicurezza degli operatori e dei dipendenti.

NUCLEO TEMATICO 4

Cultura della "Qualità totale" dei prodotti e/o dei servizi: come si esprime e si realizza nella valorizzazione delle tipicità e nell'integrazione con il territorio, nei marchi di qualità, nella digitalizzazione dei processi e nel sostegno all'innovazione

La cultura della "Qualità totale" dei prodotti e/o dei servizi si esprime e si realizza attraverso diversi aspetti, tra cui la valorizzazione delle tipicità e l'integrazione con il territorio. Questo significa che l'azienda deve porre particolare attenzione alla qualità delle materie prime utilizzate, al rispetto delle tradizioni locali e alla salvaguardia dell'ambiente. In questo modo, l'azienda può creare prodotti e servizi unici e riconoscibili, che rappresentino il patrimonio culturale e gastronomico del territorio di riferimento. Inoltre, la cultura della "Qualità totale" si esprime attraverso l'utilizzo di marchi di qualità, come ad esempio i marchi DOP e IGP, che attestano l'origine geografica e la tipicità dei prodotti. L'adesione a questi marchi richiede il rispetto di rigorosi standard di produzione e di qualità, garantendo al consumatore la genuinità e l'autenticità dei prodotti. La digitalizzazione dei processi rappresenta un ulteriore aspetto della cultura della "Qualità totale" in quanto consente di migliorare la gestione delle informazioni relative alla produzione, alla logistica e alla gestione dei clienti, ottimizzando l'efficienza e la trasparenza delle operazioni. Inoltre, la digitalizzazione può migliorare l'esperienza del cliente, ad esempio attraverso l'utilizzo di applicazioni *mobile* per la prenotazione di servizi o l'accesso a informazioni sui prodotti. Infine, la cultura della "Qualità totale" si realizza attraverso il sostegno all'innovazione. L'innovazione è fondamentale per il successo dell'azienda e la sua capacità di competere sui mercati globali. L'innovazione può riguardare sia i processi produttivi che i servizi offerti, e può essere stimolata attraverso la formazione continua dei dipendenti e la collaborazione con Istituzioni accademiche e Centri di ricerca. Inoltre, la cultura dell'innovazione può essere promossa attraverso l'introduzione di strumenti e tecnologie all'avanguardia, la sperimentazione di nuovi prodotti e servizi, e la creazione di reti di collaborazione tra le imprese del settore.

NUCLEO TEMATICO 5

Valorizzazione del “made in Italy”, come area integrata tra individuazione dei prodotti di qualità, organizzazione ottimale dei processi produttivi e/o dei servizi, adozione di efficaci strategie di comunicazione e di commercializzazione

La valorizzazione del “made in Italy” consiste nell’ottenere il massimo valore dai prodotti e servizi italiani, in particolare quelli che vantano una reputazione di alta qualità, nel mercato globale. Ciò implica la capacità di identificare e selezionare i prodotti e servizi che rappresentano al meglio l’artigianato, il design e l’eccellenza enogastronomica italiani, nonché di organizzare i processi produttivi e/o i servizi in modo efficiente e sostenibile. Le strategie di comunicazione e di commercializzazione devono essere efficaci e puntuali per raggiungere i mercati di tutto il mondo. In questo senso, la promozione del “made in Italy” deve fare leva sulla forte reputazione e sul patrimonio culturale del nostro Paese, che sono una risorsa essenziale per il successo del settore agroalimentare e turistico. La digitalizzazione dei processi rappresenta un’opportunità importante per la valorizzazione del “made in Italy”, in quanto consente di gestire in modo più efficiente le attività produttive e di offrire servizi personalizzati e innovativi. Le tecnologie digitali possono essere utilizzate per migliorare la trasparenza dei processi produttivi, per tracciare la provenienza dei prodotti e per fornire ai consumatori informazioni dettagliate sulle caratteristiche dei prodotti e servizi. In sintesi, la valorizzazione del “made in Italy” richiede la capacità di integrare e coordinare diverse attività e competenze, dalla selezione dei prodotti, all’organizzazione dei processi produttivi, alla promozione dei marchi di qualità, alla gestione delle relazioni con i clienti. La sfida è quella di mantenere alta la qualità dei prodotti e dei servizi offerti, senza mai perdere di vista l’obiettivo di raggiungere i mercati internazionali con strategie di comunicazione efficaci e innovative.

NUCLEO TEMATICO 6

Sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione: diffusione della cultura di una sana e corretta alimentazione; introduzione di nuovi alimenti e/o di nuove tipologie di servizi; nuove tendenze del turismo e nuovi modelli di gestione aziendale

Lo sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione riguarda diversi aspetti del settore enogastronomico e turistico. Innanzitutto, è importante diffondere la cultura di una sana e corretta alimentazione, sensibilizzando i clienti e i dipendenti sull’importanza di una dieta equilibrata e salutare. Inoltre, è importante introdurre nuovi alimenti e/o nuove tipologie di servizi, adattandosi alle esigenze e alle preferenze dei clienti. Ad esempio, si potrebbero offrire piatti vegetariani o vegani, oppure servizi di catering per persone con intolleranze alimentari. Le nuove tendenze del turismo, come il turismo esperienziale o il turismo sostenibile, richiedono nuovi modelli di gestione aziendale e nuove competenze professionali. È necessario sviluppare figure professionali in grado di gestire tali aspetti, ad esempio esperti in marketing turistico o in sostenibilità ambientale. Infine, è importante mantenere un legame con la tradizione e la cultura locali, valorizzando i prodotti tipici e integrandoli nei servizi offerti. Ciò richiede un’organizzazione ottimale dei processi produttivi e/o dei servizi, così da garantire la qualità e la genuinità dei prodotti offerti.

NUCLEO TEMATICO 7

Lettura e promozione del territorio, dalla corretta rilevazione delle sue risorse alla selezione di eventi rappresentativi delle sue specificità; adozione di tecniche efficaci per la pubblicizzazione degli eventi; valorizzazione di prodotti e servizi, che interconnettono ambiti culturali e professionali

La lettura e promozione del territorio consistono nell’identificare le risorse presenti nel territorio, dalle materie prime alla cultura, e valorizzarle attraverso la selezione di eventi rappresentativi delle sue specificità. Questo può includere la selezione di prodotti tipici, la creazione di itinerari turistici tematici e la promozione di manifestazioni culturali ed enogastronomiche. Per promuovere efficacemente questi eventi, sono necessarie tecniche di pubblicità e marketing adeguate che sappiano comunicare in modo persuasivo le caratteristiche distintive dell’evento e del territorio di riferimento. La valorizzazione di prodotti e servizi enogastronomici e turistici richiede anche un’interconnessione tra ambiti culturali e professionali, in modo da creare sinergie tra i diversi attori del settore. In questo modo, si può creare una vera e propria rete di collaborazione che valorizzi le specificità del territorio e le competenze professionali dei diversi operatori, favorendo una gestione sostenibile e attenta alle esigenze delle comunità locali e dei visitatori.

NUCLEO TEMATICO 8

Ospitalità, intesa come spazio comunicativo del “customer care”; identificazione del target della clientela e offerta di prodotti e servizi per la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela

L'obiettivo dell'ospitalità è quello di mettere al centro delle attenzioni il cliente, cercando di capire le sue esigenze e di soddisfarle nel miglior modo possibile. Per realizzare questo obiettivo, è necessario identificare il target di clientela, ovvero il pubblico a cui ci si rivolge. Questa identificazione consente di personalizzare l'offerta di prodotti e servizi in modo da soddisfare al meglio le esigenze della clientela. Ad esempio, se si sta operando in una zona turistica frequentata soprattutto da famiglie con bambini, si potrebbe prevedere un'offerta di servizi pensata per i più piccoli, come animazione, baby-sitting, giochi, ecc. L'ospitalità è quindi uno spazio comunicativo in cui il cliente è il protagonista, e in cui le attenzioni rivolte alle sue esigenze, come la pulizia, il comfort e la disponibilità del personale, possono fare la differenza tra una buona e una cattiva esperienza di soggiorno. La fidelizzazione della clientela, infatti, è un aspetto importante per la sopravvivenza dell'attività nel lungo termine, e si ottiene attraverso un'offerta di servizi di qualità e attenzione al cliente.

Esempi di tracce costruite per tipologie e nuclei tematici

TIPOLOGIA A

Analisi ed elaborazione di una tematica relativa al percorso professionale, anche sulla base di documenti, tabelle e dati

Nucleo tematico 1	Predisposizione di prodotti e/o servizi che abbiano come riferimento i bisogni, le attese e i profili dietetici e/o culturali del cliente, focalizzandosi, in particolare, sugli stili di alimentazione, sui contesti culturali e sui modelli di ospitalità.
Competenze di indirizzo	competenza n. 4, competenza n. 6, competenza n. 9
Esempio di traccia	<p>Il banqueting, come dimostra il Documento 1, è una forma di ristorazione di grande importanza nel panorama ristorativo del nostro Paese. Si tratta di un settore che può offrire molte occasioni professionali assai interessanti poiché ricerca figure professionali specializzate, come, per esempio, quella del banqueting manager. Che cosa si intende per banqueting e quali sono le possibili tipologie di banqueting?</p> <p>a. Immagina di essere diventato tu un banqueting manager, impegnato a stipulare un contratto con il cliente: quali sono le caratteristiche di questo tipo di contratto?</p> <p>b. Come si elabora la scheda dell'evento?</p> <p>c. Proponi al cliente un menu organizzato in occasione di una cena di gala tenendo conto della presenza tra gli ospiti di persone affette da celiachia.</p> <p>d. Infine illustra come si calcola correttamente il food cost.</p>

Nucleo tematico 2	Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi, con particolare riguardo ai seguenti ambiti: identificazione delle risorse, valutazione dei mutamenti delle tendenze di acquisto e di consumo, controllo della qualità, ottimizzazione dei risultati, efficienza aziendale e sostenibilità ambientale.
Competenze di indirizzo	competenza n. 2, competenza n. 9, competenza n. 10
Esempio di traccia	<p>Dopo aver illustrato le tipologie della ristorazione collettiva in generale:</p> <p>a. specifica le peculiarità della ristorazione scolastica e di quella sociale;</p> <p>b. spiega quali sono i criteri per la composizione di un pasto scolastico soffermandoti anche sul menu rotativo a rotazione scalare;</p> <p>c. elabora un menu con gli alimenti tipici della ristorazione sociale o assistenziale;</p> <p>d. illustra l'importanza del "riuso" e "riciclo" in campo alimentare.</p>

Nucleo tematico 3	Programmazione e attivazione degli interventi di messa in sicurezza nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi: dalle procedure dei piani di autocontrollo all'implementazione della prevenzione dei rischi sul luogo di lavoro, alla connessione tra sicurezza, qualità e privacy.
Competenze di indirizzo	competenza n. 3, competenza n. 8
Esempio di traccia	<p>L'etichettatura di cibi e bevande rappresenta un'indispensabile e imprescindibile fonte di informazioni per i consumatori, che consente loro di conoscere le caratteristiche dei prodotti alimentari che intendono acquistare e consumare. Essa fornisce informazioni sul prodotto, fondamentali soprattutto per un professionista della ristorazione. Inoltre, l'etichetta può svolgere un ruolo decisivo nella prevenzione di frodi alimentari, fornendo informazioni sulla composizione degli ingredienti e sulla provenienza del prodotto.</p> <p>a. Quali sono le norme che regolano l'etichettatura dei cibi e delle bevande? b. Che cosa prevede l'HACCP in relazione al controllo dell'etichettatura? c. Sei responsabile della dispensa di un ristorante. Ti accorgi che alcune etichette non sono complete. Come ti comporti? d. Quali possono essere i rischi per la salute relativi al consumo di un alimento scaduto? e. Alla luce dell'illustrazione allegata, qual è l'etichetta desiderata dagli italiani?</p>

Nucleo tematico 4	Cultura della "Qualità totale" dei prodotti e/o dei servizi: come si esprime e si realizza nella valorizzazione delle tipicità e nell'integrazione con il territorio, nei marchi di qualità, nella digitalizzazione dei processi e nel sostegno all'innovazione.
Competenze di indirizzo	competenza n. 2, competenza n. 4, competenza n. 8, competenza n. 9, competenza n. 10
Esempio di traccia	<p>La "Qualità totale" è l'obiettivo principale di qualsiasi attività alberghiera e ristorativa.</p> <p>a. Immagina di essere il gestore di un'azienda del settore: in quale modo potresti garantire ai tuoi clienti la "Qualità totale" del servizio e quella dei prodotti enogastronomici offerti (vedi Tab. 1)? b. Come conciliare "Qualità totale" e successo imprenditoriale? c. Elabora un testo che faccia riferimento sia alla tua esperienza personale (PCTO) sia ai documenti allegati.</p>

Nucleo tematico 5	Valorizzazione del "made in Italy", come area integrata tra individuazione dei prodotti di qualità, organizzazione ottimale dei processi produttivi e/o dei servizi, adozione di efficaci strategie di comunicazione e di commercializzazione.
Competenze di indirizzo	competenza n. 7, competenza n. 1, competenza n. 5, competenza n. 11
Esempio di traccia	<p>La pasta è uno dei prodotti più caratteristici del "made in Italy". Non c'è Paese al mondo che non apprezzi questa protagonista del nostro patrimonio enogastronomico che, tra l'altro, conta un'infinità di varietà regionali. La pasta, inoltre, ha particolari caratteristiche nutrizionali che la rendono un alimento fondamentale della dieta mediterranea. Dopo aver illustrato il suo:</p> <p>a. ruolo nell'ambito del "made in Italy"; b. indica le varietà principali; c. soffermati sulle sue proprietà nutrizionali; d. infine, proponi due ricette regionali particolarmente famose e apprezzate.</p>

Nucleo tematico 6	Sviluppo delle attività e delle figure professionali tra tradizione e innovazione: diffusione della cultura di una sana e corretta alimentazione; introduzione di nuovi alimenti e/o di nuove tipologie di servizi; nuove tendenze del turismo e nuovi modelli di gestione aziendale.
Competenze di indirizzo	competenza n. 1, competenza n. 2, competenza n. 5, competenza n. 8, competenza n. 10, competenza n. 11
Esempio di traccia	Con il cambiamento dei gusti e delle aspettative dei clienti, la ristorazione e il turismo stanno diventando sempre più complessi e sofisticati. Gli operatori del settore devono essere in grado di adattarsi alle nuove tendenze e di fornire servizi personalizzati e di alta qualità. Di conseguenza, ad essi vengono richiesti nuovi saperi e nuove competenze rispetto al passato. Sapresti indicarne alcuni motivandone l'importanza e la necessità?

Nucleo tematico 7	Letture e promozione del territorio, dalla corretta rilevazione delle sue risorse alla selezione di eventi rappresentativi delle sue specificità; adozione di tecniche efficaci per la pubblicizzazione degli eventi; valorizzazione di prodotti e servizi, che interconnettono ambiti culturali e professionali.
Competenze di indirizzo	competenza n. 4, competenza n. 5, competenza n. 7, competenza n. 8, competenza n. 11
Esempio di traccia	La valorizzazione delle risorse del territorio rappresenta uno dei punti cardine dello sviluppo turistico ed economico. a. Essa passa attraverso la promozione del paesaggio, dei prodotti enogastronomici e del patrimonio artistico e culturale (Tab. 1 e Doc. 1). b. Immagina di dover elaborare un piano di promozione turistica indirizzata a giovani turisti stranieri, attratti sia dalle bellezze del nostro Paese sia dalla qualità della nostra cucina. c. La proposta è quella di un turismo esperienziale assai gradito dai giovani. d. Un elemento importante dell'esperienza è ovviamente il cibo; per questo va proposto un menu che sappia rispecchiare la tradizione, ma anche incontrare i gusti di una clientela giovane.

Nucleo tematico 8	Ospitalità, intesa come spazio comunicativo del "customer care"; identificazione del target della clientela e offerta di prodotti e servizi per la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela.
Competenze di indirizzo	competenza n. 6, competenza n. 1, competenza n. 4, competenza n. 9
Esempio di traccia	Il gelato è un alimento molto apprezzato non solo in Italia, ma in tutto il mondo, dove rappresenta uno dei simboli del "made in Italy" enogastronomico. Il gelato artigianale italiano è riconosciuto come un'eccellenza internazionale, tanto che viene chiamato nei Paesi di lingua anglosassone "Italian Gelato" per distinguerlo dall'ice-cream. A renderlo famoso all'estero ci hanno pensato i nostri gelatieri che a partire dalle migrazioni della seconda metà dell'800 hanno saputo farne un mestiere apprezzato, dall'Europa alle Americhe per arrivare poi in tutti i continenti. Essendo un prodotto tipico del nostro Paese, esso è legato anche alla cultura e alla tradizione culinaria italiana, tanto che molte gelaterie artigianali utilizzano ancora le ricette tramandate di generazione in generazione. a. Che cosa fa del gelato artigianale italiano un alimento un prodotto di alta qualità? b. Quali sono le caratteristiche nutrizionali del gelato? c. Quali quelle della sua miscela? d. Quali gli ingredienti fondamentali? e. Come si produce? f. Come servire il gelato? g. Scrivi la ricetta di un gelato di tua creazione.

TIPOLOGIA B**Analisi e soluzione di problematiche in un contesto operativo riguardante l'area professionale (caso aziendale)**

Nucleo tematico 2	Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi, con particolare riguardo ai seguenti ambiti: identificazione delle risorse, valutazione dei mutamenti delle tendenze di acquisto e di consumo, controllo della qualità, ottimizzazione dei risultati, efficienza aziendale e sostenibilità ambientale.
Competenze di indirizzo	competenza n. 2, competenza n. 9, competenza n. 10
Esempio di traccia	Sei chiamato a gestire un ristorante di un piccolo albergo, collocato nel cuore di un Parco naturale della tua Regione, con annesso una beauty farm. Questo ti obbliga a conciliare i prodotti del territorio con proposte che includano anche regimi alimentari vegetariani e vegani oltre che per clienti celiaci. a. Dopo aver analizzato le migliori strategie di web marketing per promuovere il locale, b. formula la tua proposta di menu. c. Infine, indica (facendoti aiutare dalla tabella allegata) le migliori pratiche per garantire rintracciabilità e tracciabilità degli alimenti utilizzati nel tuo locale.

Nucleo tematico 3	Programmazione e attivazione degli interventi di messa in sicurezza nella lavorazione di prodotti e/o nell'allestimento di servizi: dalle procedure dei piani di autocontrollo all'implementazione della prevenzione dei rischi sul luogo di lavoro, alla connessione tra sicurezza, qualità e privacy.
Competenze di indirizzo	competenza n. 3, competenza n. 8
Esempio di traccia	Sicurezza sul luogo di lavoro e sicurezza alimentare sono due aspetti fondamentali del mondo della ristorazione. La conoscenza delle norme e la capacità di metterle in pratica sono elementi indispensabili del bagaglio professionale di un operatore del settore. A tal proposito illustra che cosa si intende per: a. sicurezza sul lavoro; b. organizzazione e gestione della sicurezza sul lavoro; c. sicurezza alimentare; d. pacchetto igiene; e. autocontrollo e sistema HACCP; f. buone prassi di igiene personale. Infine, anche facendo riferimento alla tua esperienza acquisita nel PTCO, illustra le buone prassi di igiene professionale.

Nucleo tematico 4	Cultura della "Qualità totale" dei prodotti e/o dei servizi: come si esprime e si realizza nella valorizzazione delle tipicità e nell'integrazione con il territorio, nei marchi di qualità, nella digitalizzazione dei processi e nel sostegno all'innovazione.
Competenze di indirizzo	competenza n. 2, competenza n. 4, competenza n. 8, competenza n. 9, competenza n. 10
Esempio di traccia	Da alcuni anni i consumatori apprezzano sempre di più i prodotti di filiera corta e a chilometro zero. Anche la ristorazione sta diventando sempre più attenta alla provenienza dei prodotti utilizzati nella preparazione dei piatti. Molte cucine di ristoranti, trattorie e agriturismi stanno infatti adottando un approccio basato sulla filiera corta e sul chilometro zero, utilizzando prodotti locali e freschi. Utilizzando anche il documento allegato, rispondi in modo adeguato alle seguenti domande. a. Che cosa si intende per filiera corta? Quali sono i vantaggi? b. Che cosa si intende per chilometro zero? Quali sono i vantaggi? c. Quali sono i benefici per la salute? d. Quale rapporto c'è tra filiera corta, chilometro zero e tutela della tipicità? e. Elabora un tuo menu a chilometro zero.

Nucleo tematico 7	Letture e promozione del territorio, dalla corretta rilevazione delle sue risorse alla selezione di eventi rappresentativi delle sue specificità; adozione di tecniche efficaci per la pubblicizzazione degli eventi; valorizzazione di prodotti e servizi, che interconnettono ambiti culturali e professionali.
Competenze di indirizzo	competenza n. 4, competenza n. 5, competenza n. 7, competenza n. 8, competenza n. 11
Esempio di traccia	<p>Gli elementi che maggiormente attraggono in Italia i turisti stranieri sono sicuramente l'arte, il paesaggio e l'enogastronomia. Per questo motivo le maggiori possibilità di successo economico riguardano quelle aziende che riescono a proporre un'offerta che sappia includere questi tre elementi facendone un'unica, indimenticabile esperienza. Immagina, quindi, di aprire un piccolo albergo in un territorio nel cuore di un Parco nazionale, ricco, oltre che di bellezze naturali, anche di emergenze artistiche e di prodotti enogastronomici locali di grande qualità.</p> <ol style="list-style-type: none"> Dovrai prima elaborare un business plan; poi trovare fonti di finanziamento; promuovere la tua struttura in modo adeguato; puntando soprattutto sul turismo esperienziale. <p>Prendendo spunto anche dalle tavole allegate, illustra adeguatamente i punti della traccia.</p>

TIPOLOGIA C

Individuazione e descrizione analitica delle fasi e delle modalità di realizzazione di un prodotto o di un servizio

Nucleo tematico 1	Predisposizione di prodotti e/o servizi che abbiano come riferimento i bisogni, le attese e i profili dietetici e/o culturali del cliente, focalizzandosi, in particolare, sugli stili di alimentazione, sui contesti culturali e sui modelli di ospitalità.
Competenze di indirizzo	competenza n. 4, competenza n. 6, competenza n. 9
Esempio di traccia	<p>Da qualche decennio la necessità di coniugare sempre di più l'esaltazione del gusto alimentare, il piacere del mangiar bene con la salute, rappresenta una delle grandi sfide della cucina, in particolare di quella italiana. L'attenzione, quindi, a una serie di problematiche legate alle reazioni avverse agli alimenti è sempre maggiore anche per le norme che tutelano il consumatore. Dopo aver chiarito che cosa si intende per:</p> <ol style="list-style-type: none"> reazioni avverse agli alimenti; intolleranze alimentari; intolleranze farmacologiche, enzimatiche e al lattosio; celiachia; norme di legge che tutelano il consumatore; proponi un tuo menu per celiaci, senza rinunciare al gusto e ai prodotti tipici del territorio.

Nucleo tematico 2	Pianificazione e gestione di prodotti e/o di servizi, con particolare riguardo ai seguenti ambiti: identificazione delle risorse, valutazione dei mutamenti delle tendenze di acquisto e di consumo, controllo della qualità, ottimizzazione dei risultati, efficienza aziendale e sostenibilità ambientale.
Competenze di indirizzo	competenza n. 2, competenza n. 9, competenza n. 10
Esempio di traccia	<p>La sostenibilità ambientale è diventato un tema sempre più importante per la ristorazione negli ultimi anni. I ristoranti, le caffetterie e gli altri locali di ristorazione possono contribuire significativamente alla riduzione dell'impatto ambientale, adottando alcune buone pratiche e attuando politiche sostenibili. Immagina di gestire un ristorante, in che modo renderesti la tua proposta ristorativa il più possibile sostenibile? Infine, proponi una tua ricetta in grado di conciliare la tradizione con la sostenibilità.</p>

Nucleo tematico 8	Ospitalità, intesa come spazio comunicativo del “customer care”; identificazione del target della clientela e offerta di prodotti e servizi per la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela.
Competenze di indirizzo	competenza n. 6, competenza n. 1, competenza n. 4, competenza n. 9
Esempio di traccia	<p>Per quali motivi, a tuo avviso, il valore delle tradizioni enogastronomiche regionali ha assunto negli ultimi decenni un’importanza sempre maggiore nell’ambito della promozione del “made in Italy”?</p> <p>a. Quali sono le norme che garantiscono la qualità dei prodotti tipici di un territorio?</p> <p>b. Quali sono i vantaggi nutrizionali dell’uso di prodotti tipici del territorio?</p> <p>c. Infine, scegli un piatto tipico della tua regione, descrivilo ed elabora una scheda che riporti ingredienti, preparazione e attrezzature, modalità di servizio e vino in abbinamento con temperatura di servizio e bicchiere. Motiva le scelte che hai effettuato.</p>

TIPOLOGIA D

Elaborazione delle linee essenziali di un progetto finalizzato alla promozione del territorio e/o all’innovazione delle filiere di indirizzo

Nucleo tematico 4	Cultura della “Qualità totale” dei prodotti e/o dei servizi: come si esprime e si realizza nella valorizzazione delle tipicità e nell’integrazione con il territorio, nei marchi di qualità, nella digitalizzazione dei processi e nel sostegno all’innovazione.
Competenze di indirizzo	competenza n. 2, competenza n. 4, competenza n. 8, competenza n. 9, competenza n. 10
Esempio di traccia	<p>L’Italia ha una lunga tradizione nella produzione di vino, con molte Regioni che vantano varietà uniche e distintive. Il vino italiano è apprezzato in tutto il mondo per la sua qualità, la sua tradizione e la sua varietà ed è sicuramente uno dei prodotti più importanti del “made in Italy”, rappresentando un’eccellenza del nostro Paese anche se il primato del fatturato è ancora della Francia (vedi Doc. 1).</p> <p>a. Come sono classificati i vini nell’UE?</p> <p>b. Come avviene la vinificazione dei vini rossi?</p> <p>c. Come vengono serviti?</p> <p>d. Immagina di preparare un piatto particolarmente adatto a un grande vino rosso italiano, quale ricetta sceglieresti?</p> <p>e. Quali sono le caratteristiche nutrizionali del vino e perché va bevuto con moderazione?</p>

Nucleo tematico 7	Lettura e promozione del territorio, dalla corretta rilevazione delle sue risorse alla selezione di eventi rappresentativi delle sue specificità; adozione di tecniche efficaci per la pubblicizzazione degli eventi; valorizzazione di prodotti e servizi, che interconnettono ambiti culturali e professionali.
Competenze di indirizzo	competenza n. 4, competenza n. 5, competenza n. 7, competenza n. 8, competenza n. 11
Esempio di traccia	<p>Il valore del territorio nella proposta turistica ed enogastronomica è fondamentale poiché il territorio rappresenta un elemento distintivo della cultura e della tradizione di una determinata zona, e costituisce una fonte di attrazione per i turisti interessati a scoprire le peculiarità locali.</p> <p>a. Quali possono essere le strategie più efficaci per la sua valorizzazione?</p> <p>b. Quali forme di ristorazione e di accoglienza turistica si sono sviluppate negli ultimi anni?</p> <p>c. Immagina di poter aprire una tua struttura ricettiva. Quale tipologia sceglieresti? E come organizzeresti la tua offerta?</p> <p>d. Quale prima colazione offriresti ai tuoi ospiti?</p>

Nucleo tematico 8	Ospitalità, intesa come spazio comunicativo del “customer care”; identificazione del target della clientela e offerta di prodotti e servizi per la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela.
Competenze di indirizzo	competenza n. 6, competenza n. 1, competenza n. 4, competenza n. 9
Esempio di traccia	<p>L’ospitalità è un concetto molto ampio che si riferisce alla capacità di accogliere e di ospitare i visitatori in modo cordiale e confortevole. Nel contesto del customer care, l’ospitalità si riferisce alla creazione di uno spazio comunicativo in cui i clienti si sentano ben accolti e ascoltati.</p> <p>a. Identificare il target della clientela è fondamentale per offrire prodotti e servizi che soddisfino le esigenze e le aspettative dei clienti. Quali sono le buone pratiche per identificarlo?</p> <p>b. Per soddisfare e fidelizzare la clientela, l’ospitalità dovrebbe concentrarsi sulla qualità dell’esperienza del cliente. In che modo?</p> <p>c. Gestire un piccolo agriturismo vicino a un paese di montagna.</p>

Svolgimento delle tracce

TIPOLOGIA A

TIPOLOGIA A – NUCLEO TEMATICO 1 Indirizzi: Enogastronomia - Sala e vendita - Prodotti dolciari

Il **banqueting**, come dimostra il Documento 1, è una forma di ristorazione di grande importanza nel panorama ristorativo del nostro Paese. Si tratta di un settore che può offrire molte occasioni professionali assai interessanti poiché ricerca figure professionali specializzate, come, per esempio, quella del **banqueting manager**. Che cosa si intende per **banqueting** e quali sono le possibili tipologie di **banqueting**?

- Immagina di essere diventato tu un **banqueting manager**, impegnato a stipulare un contratto con il cliente: quali sono le caratteristiche di questo tipo di contratto?
- Come si elabora la scheda dell'evento?
- Proponi al cliente un menu organizzato in occasione di una cena di gala tenendo conto della presenza tra gli ospiti di persone affette da celiachia.
- Infine illustra come si calcola correttamente il **food cost**.

DOCUMENTO 1

La top ten del banqueting, un affare da 90 milioni

Nel 2017 le dieci aziende italiane leader nel comparto **catering e banqueting** di qualità per eventi privati e aziendali, secondo il primo studio dedicato al settore ed effettuato da **Pambianco Strategie di Impresa**, hanno superato i 90 milioni di ricavi, con un incremento superiore al 8% rispetto al 2016, e le indicazioni in arrivo da alcune di queste società mostrano un ulteriore incremento durante il 2018. Anche la marginalità misurata in EBITDA evidenzia un segno positivo e la sua incidenza sui ricavi complessivi supera il 10 per cento. In vetta alla top ten del catering d'autore, con 17,9 milioni di ricavi, c'è **Da Vittorio**, la società controllata dalla famiglia Cerea che fonda proprio sulle attività di catering la maggior parte dei propri introiti, accompagnata poi dalla ristorazione a tre stelle Michelin nella sede di Brusaporto (Bergamo) e dai locali di Shanghai e St. Moritz, a cui dovrebbe a breve aggiungersi quello di Macao. Da Vittorio è presente inoltre nella ristorazione collettiva top con il marchio **Vicook**. In seconda posizione compare un operatore "puro" ovvero **Relais Le Jardin**, con base operativa a Roma e 17,4 milioni di fatturato, mentre il terzo posto spetta a **It Firenze**, proprietaria del marchio **Galateo** e basata su Milano e Firenze, con poco più di dieci milioni di incassi. A seguire in graduatoria troviamo **Essebi-La Fenice** con 8,8 milioni e **Gerist** (gruppo Camst) con 7,8 milioni. Nella seconda parte della classifica si inseriscono **Palombini**, **Le Voila**, **Rosa Salva**, **Salza Catering** e **Caffè Scala**. Il catering è un universo piuttosto complesso e ramificato, anche per la presenza di tanti ristoratori e sempre più chef stellati attratti dalle prospettive di crescita nella fornitura di servizi esterni. Una stima complessiva del numero di operatori attivi in catering e banqueting, dove convenzionalmente per il primo si intende la sola gestione del menu mentre il secondo comprende tutta la realizzazione dell'evento, dalle strutture al pre e post situazione, arriva dalla neonata **Anbc** (Associazione nazionale catering e banqueting), costituita lo scorso novembre in seno a **Fipe-Concommercio**: si parla di circa tremila società dislocate su tutto il territorio nazionale e con particolare concentrazione nelle città, a cominciare naturalmente da Milano e Roma. Questo numero comprende tuttavia non solo gli specialisti, che dovrebbero essere circa seicento, ma anche gli operatori occasionali. "I fondatori di Anbc sono una trentina di aziende – ha commentato il presidente dell'associazione, **Paolo Capurro** – che si sono unite perché convinte che fosse necessario farlo, creando un soggetto in grado di rappresentare il settore e di assicurare l'osservanza di regole che le aziende stesse si sono date". Le tendenze in atto, secondo quanto dichiarato dai principali operatori a **Pambianco Magazine Wine&Food**, mirano alla creazione di reti nazionali di operatori locali. "L'idea di base – ha affermato **Roberto Ottaviani** di Relais Le Jardin – è stata quella di creare un'unità 'societaria', aggregando appunto importanti aziende di banqueting, pur mantenendone inalterate le singole peculiarità, in modo che continuassero ad essere riconoscibili sul proprio territorio regionale". E per quanto riguarda gli chef, ci sono società come **Galateo** che hanno trasformato quello che poteva apparire come un rischio in opportunità. "Noi ad esempio – ha precisato il titolare **Simone Arnetoli** – collaboriamo con Massimo Bottura e con Enoteca Pinchiorri; assieme a quest'ultima realtà abbiamo fondato la società **Galateo Pinchiorri** specializzata negli eventi esterni. Inoltre, con i **Jre-Jeunes Restaurateurs** d'Italia collaboriamo per la gestione della ristorazione vip allo stadio Franchi di Firenze".

(Fonte: <https://wine.pambianconews.com>)

Svolgimento

Che cosa si intende per banqueting

Il banqueting è un termine che indica il servizio di ristorazione fornito in occasione di eventi speciali come matrimoni, conferenze, riunioni aziendali, feste di compleanno, ecc. Il termine deriva dal verbo inglese "to banquet", che significa "offrire un banchetto".

Il servizio di banqueting prevede solitamente la preparazione, la presentazione e il servizio di cibo e bevande durante l'evento. Questo servizio può includere diverse forme di ristorazione, come buffet, servizio al tavolo, cocktail, banchetti di gala, e così via.

Il banqueting si distingue per la cura dei dettagli, la personalizzazione del servizio in base alle esigenze dei clienti, la scelta di ingredienti di alta qualità e la presentazione accattivante dei piatti. Inoltre, il banqueting prevede spesso anche la possibilità di personalizzare l'allestimento dell'evento, con la scelta di decorazioni e allestimenti ad hoc.

In sintesi, il banqueting è un servizio di ristorazione su misura per gli eventi speciali, che mira a offrire un'esperienza culinaria di alta qualità e a rendere indimenticabile l'evento per gli ospiti.

Le forme di banqueting possono variare in base alle esigenze e alla tipologia dell'evento.

La prima distinzione è quella tra:

- inside banqueting, quando il banchetto è organizzato all'interno di una struttura ristorativa;
- outside banqueting, quando il banchetto è realizzato al domicilio del cliente o presso altri luoghi scelti come sede dell'evento.

Che cosa fa un banqueting manager

Un banqueting manager è una figura professionale che si occupa della gestione e dell'organizzazione dei servizi di banqueting. Il suo lavoro consiste nel coordinare le attività e le risorse necessarie per offrire un servizio di ristorazione di alta qualità in occasione di eventi speciali come matrimoni, conferenze, riunioni aziendali, feste di compleanno, ecc. In particolare, le attività svolte da un banqueting manager possono includere:

Pianificazione e organizzazione dell'evento: il banqueting manager deve lavorare a stretto contatto con il cliente per capire le sue esigenze e definire gli aspetti chiave dell'evento, come la scelta del menu, la disposizione dei tavoli, l'allestimento dell'ambiente, ecc.

Coordinamento del personale: il banqueting manager deve selezionare e coordinare il personale necessario per garantire il successo dell'evento, come chef, camerieri, addetti all'allestimento, ecc.

Controllo di qualità: il banqueting manager deve assicurarsi che i piatti siano preparati e presentati in modo accurato e che il servizio di ristorazione sia svolto con professionalità e cortesia.

Gestione del budget: il banqueting manager deve gestire il budget dell'evento in modo efficiente, tenendo sotto controllo i costi e assicurando la massima resa economica.

Risoluzione dei problemi: il banqueting manager deve essere in grado di risolvere eventuali problemi che si presentano durante l'evento, come imprevisti nell'organizzazione o lamentele degli ospiti.

In sintesi, il lavoro del banqueting manager consiste nel coordinare e gestire tutte le attività necessarie per offrire un servizio di banqueting di alta qualità in occasione di eventi speciali.

Ecco le forme più comuni di banqueting.

Buffet: questa forma di banqueting prevede l'allestimento di tavoli con varie portate, dove gli ospiti possono servirsi autonomamente. È una soluzione adatta per eventi informali e permette di offrire una grande varietà di cibi.

Servizio al tavolo: in questo caso, il personale di servizio porta i piatti direttamente ai tavoli degli ospiti, offrendo un servizio più formale e raffinato. Questa forma di banqueting è adatta per eventi più formali e di alta rappresentanza.

Cocktail: il banqueting a base di cocktail prevede la preparazione di bevande alcoliche e analcoliche accompagnate da finger food e stuzzichini. È una soluzione adatta per eventi informali e per feste serali.

Servizio a platea: questa forma di banqueting prevede la preparazione dei piatti in cucina e la successiva distribuzione agli ospiti che si trovano seduti in platea. È adatto per eventi come spettacoli, conferenze o presentazioni.

Banchetti di gala: queste occasioni richiedono un'attenzione particolare alla presentazione e alla qualità dei cibi e delle bevande serviti, e prevedono un servizio di alto livello. Sono adatti per eventi importanti come matrimoni, cene di gala, eventi istituzionali e aziendali.

Banqueting aziendale: il banqueting aziendale prevede il servizio di cibo e bevande durante gli eventi organizzati dall'azienda, come meeting, convegni, incontri con i clienti, ecc. È un'opportunità per l'azienda di offrire ai partecipanti un servizio di qualità e di promuovere la propria immagine.

Banqueting a tema: questa forma di banqueting prevede l'organizzazione di eventi con un tema specifico, come ad esempio un evento ispirato ai Paesi del Mediterraneo o a un particolare periodo storico. Questa soluzione permette di offrire un'esperienza unica e coinvolgente agli ospiti.

a. Come si stipula un contratto di banqueting

Per stipulare un contratto di banqueting è necessario seguire alcune fasi:

Definire le esigenze del cliente: il primo passo è capire le esigenze del cliente, come il numero di ospiti, il tipo di evento, le preferenze culinarie, il budget disponibile, ecc.

Valutare le opzioni: sulla base delle esigenze del cliente, si possono valutare le diverse opzioni di banqueting disponibili, come il tipo di servizio (buffet, servizio al tavolo, cocktail, banchetti di gala, ecc.), la scelta dei piatti e delle bevande, l'allestimento dell'evento, ecc.

Definire le condizioni contrattuali: una volta definite le opzioni di banqueting, si può procedere alla definizione delle condizioni contrattuali, come il prezzo, il calendario dei pagamenti, le clausole di annullamento, ecc.

Redigere il contratto: una volta concordate le condizioni contrattuali, si può procedere alla redazione del contratto di banqueting, che deve contenere le informazioni concordate tra le parti e le condizioni di pagamento e annullamento. Il contratto deve essere firmato da entrambe le parti.

Il contratto deve essere il più possibile dettagliato per evitare qualsiasi tipo di discussione con il cliente in sede di pagamento del corrispettivo.

b. Come si elabora una scheda evento?

L'elaborazione di una scheda evento di banqueting prevede la creazione di un documento dettagliato che descriva tutti gli aspetti dell'evento, dalla scelta del menu alla disposizione del servizio di catering. Qui di seguito una guida su come elaborare una scheda evento di banqueting.

Identificare l'evento: si inizia definendo l'evento, includendo data, orario, luogo, numero di ospiti e motivo dell'evento (matrimonio, festa di compleanno, evento aziendale, ecc.).

Stabilire il budget: il budget deve essere chiaro fin dall'inizio e aiuterà a stabilire il tipo di servizio di catering che può essere offerto. Si dovrebbe includere il prezzo per persona, il costo totale dell'evento, il deposito richiesto, e la data di pagamento.

Definire il menu: il menu dovrebbe essere personalizzato in base alle esigenze del cliente e all'evento. Si può scegliere un menu fisso o un menu personalizzato, tenendo conto delle esigenze degli ospiti (vegetariani, celiaci, ecc.).

Disposizione dei tavoli e allestimento: descrivere la disposizione dei tavoli, le decorazioni, gli accessori da tavola e le altre attrezzature necessarie per l'evento. Includere inoltre informazioni riguardanti la disposizione delle sedie, l'illuminazione, la disposizione del buffet, il servizio di catering, il personale e gli altri servizi offerti.

Servizi aggiuntivi: se l'evento richiede servizi aggiuntivi come intrattenimento, attività, noleggio di attrezzature, servizi fotografici, musica dal vivo, ecc., questi dovrebbero essere inclusi nella scheda evento.

Termini e condizioni: infine, includere i termini e le condizioni dell'accordo, come ad esempio il costo totale dell'evento, la data e l'ora di inizio e fine, la politica di cancellazione, il numero minimo di ospiti, il costo delle attrezzature danneggiate, e altre clausole importanti.

La scheda evento di banqueting è un documento importante per garantire la buona riuscita dell'evento e la soddisfazione dei clienti. Assicurati di includere tutti i dettagli necessari e di ottenere l'approvazione del cliente prima dell'evento.

c. Proposta di menu per una serata di gala raffinata con la presenza di ospiti celiaci

Ecco un esempio di menu di banqueting in occasione di una cena di gala molto raffinata con la presenza di numerosi celiaci:

Antipasti

Tartare di tonno con avocado e salsa di soia senza glutine

Insalata di capesante con vinaigrette al limone e zenzero

Burrata con pomodorini pachino e basilico

Primi piatti

Ravioli senza glutine ripieni di zucca con burro e salvia

Spaghetti alla chitarra senza glutine con vongole veraci e pomodorini datterini

Risotto con scampi e asparagi

Secondi piatti

Filetto di manzo alla Wellington con patate al forno e carciofi alla romana

Sogliola alla mugnaia con purea di patate e carote

Agnello alle erbe con contorno di verdure di stagione

Dessert

Crème brûlée alla vaniglia con frutti di bosco freschi

Tiramisù senza glutine

Torta al cioccolato senza farina con gelato alla vaniglia

Il menu proposto è molto raffinato e include piatti di pesce e di carne preparati con ingredienti di alta qualità. Tutti i piatti sono senza glutine per soddisfare le esigenze dei celiaci presenti. Gli antipasti comprendono tartare di tonno e insalata di capesante, che sono sempre una scelta sofisticata per un menu di gala. I primi piatti includono ravioli ripieni di zucca, spaghetti alle vongole e risotto con scampi e asparagi, tutti preparati senza glutine. Per i secondi piatti, abbiamo scelto piatti a base di carne come il filetto di manzo alla Wellington e l'agnello alle erbe, e un piatto a base di pesce come la sogliola alla mugnaia. Infine, i dessert includono opzioni senza glutine come la crème brûlée alla vaniglia, il tiramisù e la torta al cioccolato senza farina.

d. Calcolo del food cost

Il food cost è il costo totale degli ingredienti utilizzati per preparare un piatto o un pasto, espresso come percentuale del prezzo di vendita del piatto.

Per calcolare il food cost, devi seguire questi passaggi:

Determina il costo totale degli ingredienti utilizzati per preparare il piatto. Questo include il costo di tutti gli ingredienti utilizzati nella preparazione del piatto, come le materie prime, le spezie e le erbe aromatiche, il costo del combustibile o dell'elettricità utilizzati per cucinare, l'acqua utilizzata e qualsiasi altro costo associato alla preparazione del piatto.

Calcola il prezzo di vendita del piatto. Questo è il prezzo che si intende caricare ai clienti per il piatto.

Calcola il food cost dividendo il costo totale degli ingredienti per il prezzo di vendita del piatto e moltiplicando il risultato per 100.

Formula del food cost: $\text{Food Cost} = (\text{Costo totale degli ingredienti} / \text{Prezzo di vendita del piatto}) \times 100$, ad esempio, se il costo totale degli ingredienti per preparare un piatto è di 5 euro e il prezzo di vendita del piatto è di 15 euro, il food cost sarà:

$$\text{Food Cost} = (5 / 15) \times 100 = 33,33\%$$

In questo caso, il food cost è del 33,33%, il che significa che il costo degli ingredienti rappresenta il 33,33% del prezzo di vendita del piatto.

TIPOLOGIA A – NUCLEO TEMATICO 2 Indirizzi: Enogastronomia - Sala e vendita

Dopo aver illustrato le tipologie della ristorazione collettiva in generale

- specifica le peculiarità della ristorazione scolastica e di quella sociale;**
- spiega quali sono i criteri per la composizione di un pasto scolastico soffermandoti anche sul menu rotativo a rotazione scalare;**
- elabora un menu con gli alimenti tipici della ristorazione sociale o assistenziale;**
- illustra l'importanza del "riuso" e "riciclo" in campo alimentare.**

Svolgimento

a. La ristorazione collettiva

È un servizio che offre pasti a gruppi di persone in luoghi come aziende, ospedali, istituti scolastici, prigionieri, mense militari, e altri luoghi dove è richiesta la somministrazione di pasti a grandi gruppi di persone. Esistono diverse tipologie di ristorazione collettiva, tra cui:

Mensa aziendale: è una tipologia di ristorazione collettiva che serve pasti ai dipendenti di un'azienda durante la pausa pranzo. La mensa aziendale può essere gestita direttamente dall'azienda o affidata a un'azienda specializzata.

Ristorazione ospedaliera: è la tipologia di ristorazione collettiva che si occupa di fornire pasti ai pazienti ricoverati in ospedale e al personale sanitario. La ristorazione ospedaliera deve tener conto delle esigenze dietetiche dei pazienti e delle loro condizioni cliniche.

Ristorazione carceraria: è la tipologia di ristorazione collettiva che fornisce pasti ai detenuti delle carceri e del sistema penitenziario. La ristorazione carceraria deve essere in grado di fornire pasti adeguati alle esigenze nutrizionali dei detenuti e delle loro condizioni di salute.

Mense militari: sono le strutture di ristorazione collettiva che servono pasti ai militari delle forze armate. Le mense militari devono fornire pasti che rispondano alle esigenze nutrizionali dei militari e devono essere in grado di adattarsi a diverse situazioni operative.

La ristorazione scolastica è una delle tipologie di ristorazione collettiva e si riferisce al servizio di somministrazione di pasti nelle scuole di ogni ordine e grado.

Esistono diverse tipologie di ristorazione scolastica, tra cui:

Mensa self-service: gli studenti si servono autonomamente scegliendo tra una serie di opzioni di menu.

Servizio al tavolo: i pasti sono serviti ai tavoli dagli addetti alla ristorazione.

Servizio di distribuzione: i pasti sono preparati in una cucina centrale e distribuiti alle scuole.

Ristorazione mobile: i pasti sono forniti attraverso servizi di catering in camion o furgoni attrezzati.

Distribuzione di pacchi pasto: i pasti sono forniti in pacchi preconfezionati da consumare a casa o in classe.

In ogni caso, la ristorazione scolastica ha lo scopo di fornire pasti equilibrati e nutrienti che rispondano alle esigenze nutrizionali degli studenti, nel rispetto delle regole igieniche e sanitarie. Inoltre, la ristorazione scolastica dovrebbe essere in grado di adattarsi alle esigenze dietetiche e alle preferenze alimentari degli studenti, inclusi quelli che seguono diete vegetariane o con restrizioni alimentari.

La ristorazione sociale o assistenziale è, invece, un servizio che fornisce pasti a basso costo o gratuitamente a persone in situazioni di disagio sociale, come senza fissa dimora, anziani, disoccupati, persone con disabilità o in difficoltà economiche. L'obiettivo principale della ristorazione sociale è quello di garantire il diritto al cibo e di combattere la povertà alimentare, fornendo pasti equilibrati e nutrienti.

La ristorazione sociale può essere fornita da organizzazioni no-profit, enti pubblici o privati, e può essere offerta in diversi luoghi, come mense pubbliche, centri di assistenza, cucine di strada e banche alimentari. Alcune iniziative di ristorazione sociale offrono anche corsi di formazione per insegnare le abilità culinarie e l'igiene alimentare, creando così opportunità di lavoro e aiutando le persone a migliorare la propria situazione economica.

b. Criteri per la composizione di un pasto scolastico

Per la composizione di un pasto scolastico equilibrato, è importante considerare i seguenti criteri:

Equilibrio nutrizionale: il pasto deve fornire una combinazione di nutrienti essenziali come carboidrati, proteine, grassi, vitamine e minerali in proporzioni adeguate.

Variazione: il pasto deve includere una varietà di cibi diversi, come frutta e verdura, cereali integrali, proteine magre e latticini a basso contenuto di grassi.

Quantità: il pasto deve essere bilanciato in termini di quantità e apporti calorici adeguati alla fascia d'età dei bambini.

Bassi livelli di grassi saturi, sale e zuccheri aggiunti: il pasto dovrebbe contenere pochi grassi saturi, sale e zuccheri aggiunti.

Rispetto delle preferenze alimentari degli studenti: il menu dovrebbe rispettare le preferenze alimentari degli studenti e includere opzioni per studenti vegetariani o con esigenze dietetiche particolari.

Per quanto riguarda il menu rotativo a rotazione scalare, questo significa che il menu sarà diviso in un certo numero di giorni e il cibo offerto sarà pianificato in modo da variare ogni giorno per evitare la monotonia e garantire una varietà di cibi.

Ad esempio, un menu rotativo a rotazione scalare di 5 giorni potrebbe includere:

Lunedì: pasta integrale con sugo di pomodoro e carne macinata, insalata mista, frutta fresca.

Martedì: riso integrale con pollo alla griglia, verdure grigliate, pane integrale, yogurt magro.

Mercoledì: panini con prosciutto cotto e formaggio a basso contenuto di grassi, carote e sedano crudi, frutta fresca.

Giovedì: zuppa di verdure e legumi, panino integrale, frutta fresca.

Venerdì: pesce al forno con patate al forno e verdure miste, frutta fresca.

Il menu dovrebbe poi essere ripetuto per garantire che tutti i pasti siano offerti con regolarità durante il periodo scolastico.

c. Menu della ristorazione sociale

Il menu della ristorazione sociale varia a seconda dell'organizzazione che fornisce il servizio, ma in genere cerca di offrire pasti equilibrati e nutrienti. Qui di seguito sono elencati alcuni esempi di piatti comuni serviti nella ristorazione sociale:

Primi piatti: minestre, zuppe di verdure, pasta al pomodoro, riso pilaf, pasta e fagioli.

Secondi piatti: carne stufata, pollo arrosto, pesce alla griglia, polpettone, bollito misto.

Contorni: verdure cotte al vapore, patate al forno, insalate miste, fagioli verdi, spinaci saltati in padella.

Dessert: frutta fresca di stagione, gelato alla vaniglia, budino al cioccolato, yogurt.

Bevande: acqua, tè, caffè.

I pasti della ristorazione sociale sono spesso preparati con alimenti donati da supermercati o produttori, e quindi la scelta degli ingredienti può variare a seconda delle donazioni ricevute. Tuttavia, gli chef della ristorazione sociale cercano sempre di garantire che i pasti siano sani, equilibrati e gustosi per tutti.

d. Il riuso e il riciclo in campo alimentare

Il riuso e il riciclo in campo alimentare sono strategie importanti per ridurre lo spreco alimentare e massimizzare l'utilizzo delle risorse. Sebbene spesso vengano utilizzati in modo intercambiabile, i due concetti si riferiscono a pratiche diverse. Il riuso in campo alimentare si riferisce all'utilizzo di alimenti che altrimenti verrebbero scartati a causa di difetti estetici, scadenze ravvicinate, ecc. per preparare piatti e prodotti alimentari. Questa pratica aiuta a ridurre lo spreco di cibo e a

massimizzare l'utilizzo delle risorse.

Il riciclo in campo alimentare si riferisce all'utilizzo di scarti alimentari, come i resti di cibo, gli scarti di produzione e così via, per creare nuovi prodotti. Ad esempio, i residui di frutta possono essere utilizzati per produrre succhi, compost o prodotti per la pulizia.

Esempi di riciclo in campo alimentare includono il compostaggio di rifiuti alimentari per produrre fertilizzanti naturali, la produzione di biocarburanti da oli esausti e il recupero di materiali come plastica e carta dall'imballaggio alimentare per riciclarli.

Il riuso e il riciclo in campo alimentare sono importanti non solo per ridurre lo spreco di cibo, ma anche per ridurre l'impatto ambientale dell'industria alimentare e per massimizzare l'utilizzo delle risorse.

TIPOLOGIA A – NUCLEO TEMATICO 3 Indirizzi: Enogastronomia - Sala e vendita - Prodotti dolciari

L'etichettatura di cibi e bevande rappresenta una indispensabile e imprescindibile fonte di informazioni per i consumatori, che consente loro di conoscere le caratteristiche dei prodotti alimentari che intendono acquistare e consumare. Essa fornisce informazioni sul prodotto, fondamentali soprattutto per un professionista della ristorazione. Inoltre, l'etichetta può svolgere un ruolo decisivo nella prevenzione di frodi alimentari, fornendo informazioni sulla composizione degli ingredienti e sulla provenienza del prodotto.

- a. Quali sono le norme che regolano l'etichettatura dei cibi e delle bevande?
- b. Che cosa prevede l'HACCP in relazione al controllo dell'etichettatura?
- c. Sei responsabile della dispensa di un ristorante. Ti accorgi che alcune etichette non sono complete. Come ti comporti?
- d. Quali possono essere i rischi per la salute relativi al consumo di un alimento scaduto?

Svolgimento

a. Quali sono le norme che regolano l'etichettatura dei cibi e delle bevande?

L'etichettatura dei cibi e delle bevande è regolata da una serie di norme a livello nazionale ed europeo. In Europa, le principali norme che regolano l'etichettatura dei prodotti alimentari sono contenute nel Regolamento UE n. 1169/2011 sull'informazione alimentare fornita ai consumatori.

Alcune delle informazioni che devono essere obbligatoriamente riportate sull'etichetta di un prodotto alimentare sono:

- il nome del prodotto
- l'elenco degli ingredienti, in ordine decrescente di peso
- la quantità netta del prodotto
- la data di scadenza o il termine minimo di conservazione
- le condizioni di conservazione
- l'origine del prodotto (quando richiesta dalla normativa)
- le informazioni nutrizionali, incluse le calorie e le quantità di grassi, carboidrati e proteine (quando richieste dalla normativa)
- le eventuali allergie e intolleranze alimentari che il prodotto può contenere.

È inoltre importante che l'etichetta sia chiara, leggibile e comprensibile per il consumatore.

È possibile che esistano norme specifiche per alcuni tipi di prodotti, ad esempio quelli biologici o quelli destinati a specifiche categorie di consumatori come i bambini o le persone con esigenze dietetiche particolari.

b. Che cosa prevede l'HACCP in relazione all'etichettatura?

L'HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) è un sistema di gestione della sicurezza alimentare che prevede una serie di procedure e controlli per prevenire, ridurre o eliminare i rischi per la salute del consumatore derivanti dal consumo di alimenti contaminati o non sicuri. In relazione all'etichettatura degli alimenti, l'HACCP prevede che le informazioni riportate sull'etichetta siano accurate, complete e comprensibili, in modo da garantire che il consumatore sia informato correttamente sul prodotto che sta acquistando e consumando. In particolare, il sistema HACCP prevede che l'etichetta di un alimento debba contenere informazioni sul prodotto (nome, ingredienti, data di scadenza, modalità di conservazione, quantità netta), ma anche informazioni sulle allergie e le intolleranze alimentari (se l'alimento contiene ingredienti che possono causare reazioni allergiche), sulle modalità di preparazione e sulle indicazioni di consumo. Inoltre, in alcuni casi, l'HACCP prevede che sull'etichetta debbano essere riportate informazioni sulle proprietà nutrizionali del prodotto, come il contenuto di calorie, grassi, proteine, carboidrati e sali.

In generale, l'HACCP prevede che l'etichettatura degli alimenti debba essere verificata e aggiornata costantemente per garantire la sicurezza del prodotto e delle informazioni riportate sull'etichetta stessa. In caso di modifiche della composizione del prodotto o delle informazioni riportate sull'etichetta, è necessario aggiornare l'etichetta stessa e, se necessario, sottoporla ad approvazione delle autorità competenti.

c. Sei responsabile della dispensa di un ristorante. Ti accorgi che alcune etichette non sono complete. Come ti comporti?

Se mi accorgo che alcune etichette degli alimenti nella dispensa del ristorante non sono complete, adotto i seguenti comportamenti:

Verifico se gli alimenti sono stati prodotti in loco o se sono preconfezionati: nel primo caso, mi assicuro che le informazioni mancanti siano aggiunte all'etichetta del prodotto e, se necessario, richiedo al responsabile della produzione di fornire le informazioni mancanti. Nel secondo caso, contatto il fornitore per richiedere informazioni aggiuntive sul prodotto.

Segnalo la situazione al responsabile del ristorante: è importante che il responsabile sia informato sulla situazione per poter adottare le azioni necessarie a garantire la sicurezza alimentare dei clienti.

Aggiorno le informazioni mancanti sull'etichetta: se le informazioni mancanti sono di mia competenza, le aggiungo all'etichetta del prodotto.

Se necessario, rimuovo l'alimento dalla dispensa: se non è possibile ottenere le informazioni mancanti sull'etichetta o se l'alimento rappresenta un rischio per la salute dei consumatori, procedo alla rimozione dell'alimento dalla dispensa.

Documento la situazione: è importante tenere traccia della situazione e delle azioni intraprese per correggerla, in modo da poter dimostrare la conformità del ristorante alle normative vigenti in materia di sicurezza alimentare.

In generale, è importante agire prontamente e in modo corretto per garantire la sicurezza alimentare dei consumatori e il rispetto delle normative in materia di etichettatura degli alimenti.

d. Quali possono essere i rischi per la salute relativi al consumo di un alimento scaduto?

Il consumo di cibi scaduti o deteriorati può rappresentare un rischio per la salute del consumatore, poiché possono contenere sostanze nocive per l'organismo. I principali rischi per la salute derivanti dal consumo di cibi scaduti sono i seguenti.

Infezioni alimentari: alcuni alimenti possono contenere batteri, virus o parassiti che, se ingeriti, possono causare infezioni alimentari, come la salmonellosi, la listeriosi, l'epatite A, la gastroenterite, il botulismo e altre.

Intossicazioni alimentari: alcuni cibi possono contenere sostanze tossiche, come i microrganismi patogeni o le tossine da muffa, che, se ingerite, possono causare intossicazioni alimentari, come la tossina botulinica, la tossicosi da salmonella e la tossicosi da stafilococco.

Reazioni allergiche: alcuni alimenti possono causare reazioni allergiche nei soggetti sensibili, che possono essere potenzialmente gravi.

Disturbi gastrointestinali: il consumo di cibi scaduti o deteriorati può causare disturbi gastrointestinali, come nausea, vomito, diarrea, crampi addominali, flatulenza e altri sintomi.

Riduzione della qualità nutrizionale: alcuni cibi possono perdere alcune delle loro proprietà nutritive durante il processo di deterioramento, riducendo così la loro qualità nutrizionale e il loro valore per la salute.

Per questi motivi, è importante evitare di consumare cibi scaduti o deteriorati e seguire le indicazioni riportate sull'etichetta per la conservazione e la durata dei prodotti alimentari.

TIPOLOGIA A – NUCLEO TEMATICO 4 Indirizzi: Enogastronomia - Sala e vendita - Prodotti dolciari

La "Qualità totale" è l'obiettivo principale di qualsiasi attività alberghiera e ristorativa.

- Immagina di essere il gestore di un'azienda del settore: in quale modo potresti garantire ai tuoi clienti la "Qualità totale" del servizio e quella dei prodotti enogastronomici offerti (vedi Tab. 1)?
- Come conciliare "Qualità totale" e successo imprenditoriale?
- Elabora un testo che faccia riferimento sia alla tua esperienza personale (PCTO) sia ai documenti allegati.

TABELLA 1

I 6 pilastri per l'approccio alla qualità: le 6C

Svolgimento**a. La "Qualità totale"**

Intanto mi sembra necessario specificare che cosa si debba intendere per "Qualità totale" e quale sia la normativa di riferimento che ne garantisce il raggiungimento. La "Qualità totale" nel campo alberghiero e della ristorazione si riferisce alla capacità di soddisfare completamente le aspettative dei clienti in tutti gli aspetti del servizio offerto, dal cibo alla pulizia delle stanze, dalla cortesia del personale alla comodità delle strutture. Si tratta di un approccio olistico che tiene conto di tutti gli aspetti dell'esperienza del cliente, al fine di garantire un servizio eccellente e soddisfacente. Nel settore alberghiero e della ristorazione, ci sono diverse normative che definiscono i requisiti per garantire la "Qualità totale" del servizio. Alcune di queste normative includono:

ISO 9001: questa normativa si concentra sulla gestione della qualità e mira a garantire che l'organizzazione soddisfi le esigenze dei clienti e le normative applicabili. Questa norma si applica a tutte le organizzazioni, indipendentemente dalle loro dimensioni o dal loro settore.

ISO 22000: questa normativa si concentra sulla sicurezza alimentare e definisce i requisiti per un sistema di gestione della sicurezza alimentare. La norma copre tutti gli aspetti della filiera alimentare, dalla produzione alla distribuzione e alla preparazione del cibo.

HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points): si tratta di un sistema di gestione della sicurezza alimentare basato sull'identificazione e la gestione dei rischi. Il sistema si concentra sui punti critici di controllo (PCC) in cui possono verificarsi problemi di sicurezza alimentare e fornisce un metodo per mitigare questi rischi.

ISO 14001: questa normativa si concentra sulla gestione ambientale e mira a garantire che l'organizzazione riduca il proprio impatto ambientale e si attenga alle normative ambientali applicabili.

GMP (Good Manufacturing Practice): si tratta di un insieme di linee guida per la produzione di prodotti alimentari sicuri e di alta qualità. Le GMP definiscono le procedure di produzione, i requisiti di igiene e la documentazione necessaria per garantire la conformità ai regolamenti applicabili.

Normative sulla privacy dei dati: in un'epoca in cui le informazioni personali sono sempre più importanti, le normative sulla privacy dei dati sono diventate sempre più rilevanti nel settore alberghiero e della ristorazione. Ad esempio, il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) dell'Unione europea definisce i requisiti per la protezione dei dati personali dei cittadini europei.

Come garantire la "Qualità totale"

Per garantire ai clienti la "Qualità totale" del servizio e dei prodotti enogastronomici offerti, come gestore di un'azienda del settore alberghiero e ristorativo, potrei adottare diverse strategie, tra cui:

Formare e motivare il personale: il personale è uno dei principali fattori che influenzano la qualità del servizio offerto. Pertanto, sarebbe importante investire nella formazione del personale per garantire che essi siano ben informati sui prodotti enogastronomici offerti, sulle procedure di servizio e sulla gestione delle relazioni con i clienti. Inoltre, sarebbe importante motivare il personale a essere cortese e attento alle esigenze dei clienti, in modo da creare un'esperienza positiva per loro.

Scegliere fornitori di alta qualità: la qualità degli ingredienti utilizzati per preparare i piatti enogastronomici è un altro fattore importante per garantire la “Qualità totale” del servizio. Sarebbe importante scegliere fornitori affidabili che offrano prodotti di alta qualità e che siano in grado di garantire la sicurezza alimentare.

Utilizzare tecnologie avanzate: l’uso di tecnologie avanzate, come ad esempio i software di gestione dell’ordine o di prenotazione online, può migliorare l’efficienza del servizio e la soddisfazione del cliente. Inoltre, sarebbe utile utilizzare tecnologie per la tracciabilità degli ingredienti, in modo da garantire la qualità e la sicurezza degli stessi.

b. “Qualità totale” e successo economico

La conciliazione tra la “Qualità totale” e il successo imprenditoriale nel campo alberghiero e della ristorazione può essere raggiunta attraverso alcune strategie chiave.

Concentrarsi sulla soddisfazione del cliente: il successo imprenditoriale dipende in gran parte dalla soddisfazione del cliente. Concentrarsi sulla qualità del servizio e sulla soddisfazione del cliente può migliorare la reputazione dell’impresa e la fidelizzazione dei clienti.

Creare un ambiente accogliente: la qualità dell’esperienza dei clienti dipende anche dall’ambiente in cui si trovano. Creare un ambiente accogliente, pulito e confortevole può aumentare la soddisfazione del cliente e migliorare la reputazione dell’impresa.

Mantenere standard elevati: la “Qualità totale” richiede il mantenimento di standard elevati in tutte le attività dell’impresa, inclusi il cibo, il servizio, l’igiene e la presentazione. Ciò richiede un’attenta gestione delle risorse e un controllo costante della qualità.

Formare e motivare il personale: il personale è un elemento cruciale per il successo imprenditoriale e la “Qualità totale”. La formazione del personale e la motivazione possono migliorare la qualità del servizio, aumentare la produttività e la soddisfazione del personale.

Gestire efficacemente i costi: il successo imprenditoriale richiede anche una gestione efficace dei costi. Ciò significa che è necessario trovare un equilibrio tra la fornitura di servizi di alta qualità e il controllo dei costi.

In sintesi, la chiave per conciliare la “Qualità totale” e il successo imprenditoriale nel campo alberghiero e della ristorazione è fornire un servizio di alta qualità, creare un ambiente accogliente e motivante, mantenere standard elevati e gestire i costi in modo efficace. Ciò richiede un’attenta pianificazione, una gestione efficace delle risorse e un impegno costante per migliorare la qualità del servizio.

c. Esperienza personale

Per quanto riguarda la mia esperienza di PTCO, devo riconoscere al ristorante in cui ho fatto lo stage una continua ricerca della “Qualità totale” attraverso un’attenzione particolare alla presentazione del cibo, alla qualità degli ingredienti, alla pulizia e all’igiene dell’ambiente. Ho potuto constatare anche un’attenzione particolare al servizio e al cliente al quale veniva proposta un’esperienza totale, che andava ben oltre la semplice esperienza culinaria, ma che coinvolgeva tutti i sensi. Ovviamente il ristorante era molto attento a soddisfare anche quei clienti che seguivano particolari regimi alimentari seguiti o per motivi etici, religiosi o di salute. In particolare il ristorante proponeva particolari menu per vegetariani, vegani e per clienti intolleranti al lattosio, al glutine e all’istamina.

TIPOLOGIA A – NUCLEO TEMATICO 5 Indirizzo: Enogastronomia

La pasta è uno dei prodotti più caratteristici del “made in Italy”. Non c’è Paese al mondo che non apprezzi questa protagonista del nostro patrimonio enogastronomico che, tra l’altro, conta un’infinità di varietà regionali. La pasta, inoltre, ha particolari caratteristiche nutrizionali che la rendono un alimento fondamentale della dieta mediterranea.

Dopo aver illustrato il suo

- a. ruolo nell’ambito del “made in Italy”;
- b. indica le varietà principali;
- c. soffermati sulle sue proprietà nutrizionali;
- d. infine, proponi due ricette regionali particolarmente famose e apprezzate.

Svolgimento

a. Il “made in Italy” enogastronomico e la pasta

Il “made in Italy” enogastronomico rappresenta l’eccellenza culinaria del nostro Paese, che è rinomato in tutto il mondo per la sua cucina e i suoi prodotti alimentari di alta qualità. L’enogastronomia italiana si basa su una vasta gamma di prodotti, come formaggi, salumi, olio d’oliva, vino, pesce e frutta. Ogni Regione italiana ha i propri piatti tradizionali

e specialità culinarie, spesso legati alla cultura e alla storia locale. Il “made in Italy” enogastronomico si distingue per la qualità degli ingredienti utilizzati e per la cura e la passione che vengono impiegate nella loro preparazione. Ad esempio, la produzione di formaggio Parmigiano Reggiano richiede il latte fresco dei pascoli dell’Emilia-Romagna, mentre la produzione dell’olio d’oliva extravergine richiede olive di alta qualità raccolte a mano e lavorate in modo artigianale. Il “made in Italy” enogastronomico è anche caratterizzato da una grande attenzione per la sostenibilità ambientale e per la tutela del territorio e delle tradizioni locali. Ci sono diverse certificazioni e marchi di qualità che identificano i prodotti enogastronomici italiani, come il DOP (Denominazione di Origine Protetta) e l’IGP (Indicazione Geografica Protetta), che garantiscono l’origine e la qualità dei prodotti. In sintesi, il “made in Italy” enogastronomico rappresenta l’eccellenza culinaria italiana, fondata su ingredienti di alta qualità, tecniche di produzione artigianale e una forte attenzione alla sostenibilità ambientale e alla tutela delle tradizioni locali. Il prodotto che forse meglio rappresenta il nostro Paese è la pasta. Essa è fatta con materie prime di alta qualità, come la semola di grano duro, e viene prodotta utilizzando tecniche tradizionali e attrezzature specializzate. Ciò garantisce un prodotto finale di alta qualità, che è apprezzato in tutto il mondo per la sua consistenza al dente e il suo sapore unico. Inoltre, la pasta è un alimento molto versatile che si presta a numerose preparazioni culinarie, e viene utilizzata in molte ricette tradizionali italiane. La pasta italiana rappresenta quindi una delle eccellenze del “made in Italy”, che contribuisce in modo significativo all’economia italiana e alla promozione della cultura e della tradizione culinaria italiana nel mondo.

b. Varietà di pasta

La pasta è una miscela ottenuta unendo un ingrediente liquido (generalmente acqua o uova) a uno sfarinato di cereali, che può essere farina di grano tenero, semola o uno sfarinato ottenuto da altri alimenti (ceci, castagne). Esistono, quindi, paste secche e paste fresche.

I tipi più comuni di paste secche sono:

- pasta di semola di grano duro e pasta di semolato di grano duro;
- pasta di semola integrale di grano duro.

Le paste fresche, invece, possono essere ottenute da sfarinati diversi e possono contenere o meno uova. Nel caso delle paste ripiene il prodotto è costituito da due sfoglie di pasta sovrapposte, variabilmente ripiegate a racchiudere un ripieno, realizzato con ingredienti di volta in volta diversi. Innumerevoli sono poi le varianti che fanno capo alla preparazione degli gnocchi, ottenuti a partire da:

- farina, acqua, latte, uova e burro (gnocchi alla parigina);
- semolino, uova, latte e formaggio grattugiato (gnocchi alla romana).
- patate, farina (o farina e fecola) e, a volte, uova;
- formaggio e farina o patate.

Possono essere usate anche la farina di riso o quella di grano saraceno, il pane secco e altri ortaggi a tubero.

c. Le proprietà nutrizionali della pasta

La pasta è un alimento altamente nutriente e sano, in quanto è ricca di carboidrati, fibre e proteine. Ecco una panoramica delle proprietà nutrizionali della pasta.

Carboidrati: la pasta è una fonte di carboidrati complessi, che sono un’importante fonte di energia per il corpo. I carboidrati complessi sono digeriti lentamente, il che significa che forniscono energia a lungo termine.

Fibre: la pasta integrale, in particolare, è ricca di fibre, che sono importanti per la salute dell’intestino e per mantenere il senso di sazietà. Le fibre aiutano anche a regolare i livelli di zucchero nel sangue.

Proteine: la pasta è una fonte moderata di proteine, che sono importanti per la riparazione e la crescita dei tessuti del corpo.

Vitamine e minerali: la pasta è una fonte di vitamine del gruppo B, come la niacina e l’acido folico, e di minerali come il ferro e il magnesio.

Tuttavia, la pasta può anche essere ricca di calorie se consumata in grandi quantità o se condita con salse ad alto contenuto di grassi o formaggi. Per questo motivo, è importante consumare la pasta con moderazione e scegliere condimenti sani, come verdure e olio d’oliva. Inoltre, le persone con malattie celiache o intolleranze al glutine devono evitare la pasta tradizionale e scegliere invece pasta senza glutine.

d. Due ricette regionali

Pasta alla Norma (Sicilia)

Ingredienti per 4 persone:

400 g di pasta corta (ad esempio rigatoni o penne)	100 g di ricotta salata
4 melanzane	Olio extravergine di oliva
500 g di pomodori pelati	Sale e pepe
1 spicchio di aglio	Basilico fresco
1 cipolla bianca	

Procedimento:

Tagliare le melanzane a cubetti di circa 2 cm, metterle in una ciotola e coprirle con acqua salata per 30 minuti. Scolare e asciugare bene.

In una padella capiente, far rosolare l'aglio schiacciato e la cipolla tritata finemente in 3 cucchiaini di olio. Aggiungere i pomodori pelati e lasciare cuocere per 15 minuti a fuoco basso.

In una padella antiaderente, friggere le melanzane in olio bollente fino a che non diventano dorate. Scolare su carta assorbente per eliminare l'olio in eccesso.

Cuocere la pasta in abbondante acqua salata fino a che non risulta al dente.

Scolare la pasta e unirla al sugo di pomodoro nella padella. Aggiungere le melanzane e mescolare bene.

Grattugiare la ricotta salata e spolverizzarla sulla pasta.

Guarnire con foglie di basilico fresco e un filo di olio extravergine di oliva. Servire calda.

Orecchiette con le cime di rapa (Puglia)*Ingredienti per 4 persone:*

400 g di orecchiette fresche o secche

500 g di cime di rapa

2 spicchi d'aglio

Peperoncino rosso q.b.

Olio extravergine d'oliva q.b.

Sale q.b.

Procedimento:

Impastare semola e acqua fino a ottenere un impasto consistente.

Far riposare l'impasto per almeno 20 minuti.

Formare, su una spianatoia di legno, dei cavatelli con l'aiuto di un coltello da tavola, quindi ripiegarli sul pollice per dare la forma dell'orecchietta.

Mondare e pulire le cime di rapa.

Cuocere in abbondante acqua salata.

Scolare tenendo l'acqua.

Cuocere la pasta nell'acqua delle cime.

Inserire in una padella olio, aglio, peperoncino e filetti di acciughe.

Unire le cime di rapa e la pasta.

Mantecare.

Aggiustare di sapidità.

Servire in piatti singoli.

TIPOLOGIA A – NUCLEO TEMATICO 6

Indirizzi: Enogastronomia - Sala e vendita - Prodotti dolciari - Accoglienza turistica

Con il cambiamento dei gusti e delle aspettative dei clienti, la ristorazione e il turismo stanno diventando sempre più complessi e sofisticati. Gli operatori del settore devono essere in grado di adattarsi alle nuove tendenze e di fornire servizi personalizzati e di alta qualità. Di conseguenza, ad essi vengono richiesti nuovi saperi e nuove competenze rispetto al passato. Sapresti indicarne alcuni motivandone l'importanza e la necessità?

Svolgimento**a. Competenze digitali**

Le competenze digitali sono diventate fondamentali per gli operatori della ristorazione e del turismo, in quanto le tecnologie digitali stanno rivoluzionando il modo in cui le aziende di questo settore interagiscono con i propri clienti, gestiscono le prenotazioni, promuovono il proprio marchio e offrono servizi innovativi. Tra le competenze digitali necessarie oggi agli operatori della ristorazione e del turismo, possiamo includere:

Utilizzo dei social media: gli operatori devono saper utilizzare i social media per promuovere il proprio brand, aumentare la visibilità del proprio ristorante o hotel e interagire con i propri clienti. La capacità di utilizzare piattaforme come Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn è fondamentale per raggiungere il pubblico di riferimento.

Gestione del sito web: gli operatori devono essere in grado di gestire un sito web efficace e facile da navigare, che fornisca informazioni accurate e aggiornate sul ristorante o l'hotel, sulle prenotazioni, sul menu e sulla posizione. Inoltre, il sito web deve essere responsive e adattarsi a diversi dispositivi come desktop, tablet e smartphone.

Utilizzo dei software di gestione: gli operatori devono essere in grado di utilizzare software di gestione come quelli per la gestione delle prenotazioni, il controllo dell'inventario, la gestione del personale e il controllo dei costi. La capacità

di utilizzare questi strumenti è fondamentale per garantire una gestione efficiente e senza errori dell'azienda.

Email marketing: gli operatori devono saper utilizzare gli strumenti di email marketing per promuovere il proprio business e mantenere i clienti informati sulle offerte e gli eventi speciali.

Utilizzo dei servizi di prenotazione online: gli operatori devono essere in grado di utilizzare i servizi di prenotazione online come Booking.com o Expedia per promuovere il proprio hotel e gestire le prenotazioni.

Conoscenza dell'e-commerce: la capacità di gestire un negozio online per la vendita di prodotti come vini, olio d'oliva, prodotti tipici, souvenir o altre attività complementari all'attività principale, può rappresentare un'importante opportunità di sviluppo per il business.

In conclusione, le competenze digitali oggi necessarie dagli operatori della ristorazione e del turismo includono l'utilizzo dei social media, la gestione del sito web, l'utilizzo dei software di gestione, l'email marketing, l'utilizzo dei servizi di prenotazione online e la conoscenza dell'e-commerce. Tali competenze sono essenziali per garantire il successo dell'azienda e fornire servizi di alta qualità ai clienti.

b. Competenze linguistiche

Le competenze linguistiche sono molto importanti per gli operatori della ristorazione e del turismo, poiché la loro attività coinvolge spesso interazioni con clienti provenienti da tutto il mondo. Tra le competenze linguistiche necessarie oggi agli operatori della ristorazione e del turismo, possiamo includere:

Conoscenza di almeno una lingua straniera: la conoscenza di almeno una lingua straniera è fondamentale per comunicare con i clienti provenienti da Paesi diversi. La lingua più utile dipende dalla posizione del ristorante o dell'hotel e dai principali mercati di riferimento. Ad esempio, in Europa l'inglese è una lingua ampiamente utilizzata, mentre in Asia potrebbero essere richieste competenze linguistiche specifiche come il cinese o il giapponese.

Capacità di comunicare in modo chiaro e conciso: gli operatori della ristorazione e del turismo devono essere in grado di comunicare in modo chiaro e conciso, anche in caso di eventuali difficoltà linguistiche. Saper utilizzare un linguaggio semplice e comprensibile è essenziale per garantire una buona comunicazione con i clienti.

Conoscenza delle lingue dei menu: gli operatori della ristorazione e del turismo devono essere in grado di leggere, comprendere e tradurre i menu in lingue diverse, per poter offrire servizi multilingue e soddisfare le esigenze dei clienti provenienti da Paesi diversi.

Conoscenza delle culture alimentari: conoscere le culture alimentari dei propri clienti è fondamentale per offrire loro piatti e servizi adeguati alle loro preferenze e tradizioni. Questo include anche la conoscenza delle modalità di preparazione e presentazione dei piatti tipici di altre culture.

Le competenze linguistiche necessarie oggi agli operatori della ristorazione e del turismo includono, quindi, la conoscenza di almeno una lingua straniera, la capacità di comunicare in modo chiaro e conciso, la conoscenza delle lingue dei menu e delle culture alimentari. Tali competenze sono essenziali per garantire una comunicazione efficace con i clienti e offrire loro servizi personalizzati e di alta qualità.

c. Conoscenza delle allergie alimentari e delle diete speciali

Le conoscenze delle allergie alimentari e delle diete speciali sono fondamentali per gli operatori del turismo e della ristorazione, poiché sempre più persone presentano esigenze alimentari particolari.

Tra le conoscenze necessarie in questo ambito, possiamo includere:

Conoscenza delle allergie alimentari: gli operatori del turismo e della ristorazione devono essere in grado di riconoscere e gestire le allergie alimentari dei propri clienti. Devono conoscere gli alimenti che possono causare allergie e le modalità di preparazione dei piatti per evitare contaminazioni accidentali. Inoltre, devono essere in grado di fornire informazioni accurate sui potenziali allergeni presenti nei piatti.

Conoscenza delle diete speciali: gli operatori del turismo e della ristorazione devono essere in grado di gestire le diete speciali dei propri clienti, come quelle vegetariane, vegane, senza glutine, senza lattosio, kosher, halal, ecc. Devono essere in grado di preparare piatti che soddisfino queste esigenze e di offrire alternative appropriate.

Comunicazione efficace: gli operatori del turismo e della ristorazione devono essere in grado di comunicare in modo chiaro ed efficace con i propri clienti riguardo alle loro esigenze alimentari particolari. Devono essere in grado di comprendere le richieste dei clienti e di fornire informazioni dettagliate sui piatti e sugli ingredienti utilizzati.

Gestione delle contaminazioni: gli operatori del turismo e della ristorazione devono essere in grado di gestire le contaminazioni alimentari e di prevenire la contaminazione incrociata tra alimenti che possono causare allergie o che sono incompatibili con specifiche diete.

Le conoscenze delle allergie alimentari e delle diete speciali sono quindi essenziali per gli operatori del turismo e della ristorazione, al fine di garantire un servizio di qualità e soddisfare le esigenze di tutti i clienti. La capacità di comunicare in modo chiaro ed efficace, di gestire le contaminazioni e di preparare piatti adatti a diete specifiche sono tutte competenze fondamentali in questo ambito.

d. Competenze in materia di sostenibilità

Le competenze in materia di sostenibilità ambientale degli operatori del turismo e della ristorazione sono fondamentali per ridurre l'impatto ambientale delle attività turistiche e gastronomiche e per promuovere uno sviluppo sostenibile del settore.

Tra le competenze necessarie in questo ambito, possiamo includere:

Conoscenza degli impatti ambientali: gli operatori del turismo e della ristorazione devono essere consapevoli degli impatti ambientali delle proprie attività, come il consumo di energia, acqua e risorse naturali, la produzione di rifiuti e le emissioni di gas serra. Devono conoscere le pratiche sostenibili per ridurre questi impatti e promuovere lo sviluppo sostenibile.

Utilizzo di prodotti sostenibili: gli operatori del turismo e della ristorazione devono essere in grado di utilizzare prodotti sostenibili e di scegliere fornitori che adottino pratiche sostenibili nella produzione e distribuzione dei prodotti. Inoltre, devono essere in grado di sensibilizzare i propri clienti sull'importanza di utilizzare prodotti sostenibili e di ridurre gli sprechi alimentari.

Gestione dei rifiuti: gli operatori del turismo e della ristorazione devono essere in grado di gestire i propri rifiuti in modo sostenibile, utilizzando pratiche come la raccolta differenziata, il riciclaggio e la riduzione degli sprechi.

Utilizzo di energie rinnovabili: gli operatori del turismo e della ristorazione devono essere in grado di utilizzare fonti di energia rinnovabile, come l'energia solare, e di adottare pratiche per ridurre il consumo energetico, come l'utilizzo di lampade a basso consumo energetico e l'installazione di sistemi di riscaldamento e raffreddamento efficienti.

Comunicazione efficace: gli operatori del turismo e della ristorazione devono essere in grado di comunicare in modo chiaro ed efficace con i propri clienti riguardo alle pratiche sostenibili adottate dall'attività. Devono essere in grado di sensibilizzare i propri clienti sull'importanza della sostenibilità ambientale e di promuovere pratiche sostenibili durante il soggiorno o la consumazione dei pasti.

Quindi, le competenze in materia di sostenibilità ambientale degli operatori del turismo e della ristorazione comprendono la conoscenza degli impatti ambientali delle proprie attività, l'utilizzo di prodotti sostenibili, la gestione dei rifiuti, l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile, la comunicazione efficace e la sensibilizzazione dei propri clienti. Queste competenze sono fondamentali per promuovere uno sviluppo sostenibile del settore e per ridurre l'impatto ambientale delle attività turistiche e gastronomiche.

e. Capacità di personalizzazione del servizio

Le capacità di personalizzazione del servizio degli operatori del turismo e della ristorazione sono importanti per soddisfare le esigenze e le preferenze dei clienti, offrendo loro un'esperienza unica e personalizzata. Alcune delle competenze richieste sono:

Ascolto attivo: gli operatori del turismo e della ristorazione devono essere in grado di ascoltare attentamente i clienti e comprendere le loro richieste e preferenze.

Flessibilità: gli operatori devono essere in grado di adattarsi alle esigenze e alle richieste dei clienti, modificando il servizio o il prodotto offerto per soddisfare le loro esigenze.

Conoscenza del cliente: gli operatori del turismo e della ristorazione devono essere in grado di conoscere i loro clienti, capire le loro esigenze e preferenze, in modo da poter offrire loro un servizio personalizzato.

Capacità di comunicazione: gli operatori del turismo e della ristorazione devono essere in grado di comunicare efficacemente con i clienti, comprendendo le loro richieste e fornendo loro informazioni sul servizio o il prodotto offerto.

Orientamento al cliente: gli operatori del turismo e della ristorazione devono avere un forte orientamento al cliente, mettendo al centro delle loro attività la soddisfazione del cliente e la creazione di esperienze uniche e personalizzate.

f. Creatività e innovazione

La creatività e l'innovazione sono competenze fondamentali degli operatori del turismo e della ristorazione in quanto permettono loro di distinguersi dalla concorrenza, di offrire prodotti e servizi originali e di attirare e fidelizzare i clienti. Ecco alcuni modi in cui la creatività e l'innovazione possono essere utilizzate dagli operatori del turismo e della ristorazione:

Creazione di nuovi prodotti e servizi: gli operatori del turismo e della ristorazione possono utilizzare la loro creatività e innovazione per creare nuovi prodotti e servizi che si adattano alle esigenze dei clienti e ai nuovi trend del mercato.

Design del servizio: la creatività può essere utilizzata per progettare un servizio personalizzato, che sia unico e che differenzi la propria attività dalla concorrenza.

Marketing innovativo: gli operatori del turismo e della ristorazione possono utilizzare l'innovazione per sviluppare campagne di marketing creative, che siano in grado di attrarre e coinvolgere i clienti.

Tecnologia: l'utilizzo della tecnologia è un'altra area in cui la creatività e l'innovazione possono essere applicate dagli

operatori del turismo e della ristorazione, ad esempio utilizzando soluzioni innovative per la prenotazione online o per la gestione del servizio.

Esperienze uniche: gli operatori del turismo e della ristorazione possono utilizzare la creatività per offrire esperienze uniche ai loro clienti, ad esempio organizzando eventi o cene tematiche.

La creatività e l'innovazione sono quindi competenze fondamentali per gli operatori del turismo e della ristorazione, che permettono loro di offrire prodotti e servizi originali, di differenziarsi dalla concorrenza e di soddisfare le esigenze dei clienti in modo unico e personalizzato.

TIPOLOGIA A – NUCLEO TEMATICO 7

Indirizzi: Enogastronomia - Sala e vendita - Accoglienza turistica

La valorizzazione delle risorse del territorio rappresenta uno dei punti cardine dello sviluppo turistico ed economico.

- Essa passa attraverso la promozione del paesaggio, dei prodotti enogastronomici e del patrimonio artistico e culturale (Tab. 1 e Doc. 1).
- Immagina di dover elaborare un piano di promozione turistica indirizzata a giovani turisti stranieri, attratti sia dalle bellezze del nostro Paese sia dalla qualità della nostra cucina.
- La proposta è quella di un turismo esperienziale assai gradito dai giovani.
- Un elemento importante dell'esperienza è ovviamente il cibo; per questo va proposto un menu che sappia rispecchiare la tradizione, ma anche incontrare i gusti di una clientela giovane.

TABELLA 1

ITALIA META AL TOP PER GLI STRANIERI

CIBO E CULTURA CALAMITE DA MIGLIORARE INFRASTRUTTURE E DECORO

Tra i turisti intervistati

scelgono l'Italia:

75% degli Americani

88% dei Brasiliani

74% dei Francesi

70% dei Tedeschi

65% degli Inglesi

Città più visitate

1. Roma

2. Firenze

3. Venezia

4. Pisa

5. Milano

6. Napoli

La metà degli intervistati viaggia in coppia il 25% con la famiglia



Fonte: Ricerca Confcommercio-Istituto Piepoli in occasione del TTG Rimini

DOCUMENTO 1

I giovani fra i 18 e i 34 anni hanno fatto volare l'estate del turismo italiano

Quattordici milioni di arrivi. Cinquantotto milioni di presenze. Corre sulle gambe dei giovani la bella estate del turismo italiano che quest'anno si è prolungata fino a tutto settembre.

A registrare il grande appeal del nostro Paese sui turisti tra i 18 e i 34 anni un'indagine condotta dal Centro studi CNA, in collaborazione con CNA Turismo e Commercio, tra le imprese del settore aderenti alla Confederazione.

La "riscoperta" dell'Italia. Dall'indagine risulta che nel periodo giugno-settembre 2018 i turisti giovani in Italia sono stati complessivamente circa 14 milioni, con una prevalenza dei nostri connazionali (7,5 milioni) sugli stranieri (6,5 milioni). Rispetto al 2017 si tratta di quasi un milione e mezzo di arrivi in più (di cui un milione nel periodo giugno-agosto e quasi mezzo milione nel solo mese di settembre).

Più presenze, giovani e stranieri

Al contrario nelle presenze, ammontate a quasi 58 milioni, è prevalente la componente di turisti giovani provenienti dall'estero (31 milioni) su quella degli italiani (27 milioni). Significativa, sui dati complessivi, risulta l'incidenza

del mese di settembre, con quasi tre milioni di arrivi (circa mezzo milione in più dell'anno scorso) e 12 milioni di presenze.

Alla ricerca del divertimento condiviso

Sono le città ad aver attirato in gran numero i turisti giovani. E, in particolare, le città d'arte ad aver attirato più stranieri. A far da calamita per tutti loro, le occasioni d'incontro con i coetanei, da condividere attraverso i social e trasformare in oggetto di narrazione e spettacolarizzazione. Il 70% dei giovani turisti che hanno trascorso le proprie vacanze tutte o in parte in Italia è stato spinto da divertimento e intrattenimento combinato con arte, cibo, natura, cultura, spettacolo.

(Fonte: *Il giornale delle piccole e medie imprese*)

Svolgimento

a. La valorizzazione delle risorse del territorio

La valorizzazione delle risorse territorio in campo alimentare è un approccio che punta a promuovere la produzione e il consumo di alimenti locali, utilizzando le risorse e le conoscenze del territorio per creare prodotti unici e di alta qualità. Questo approccio ha molte implicazioni importanti.

Sostenibilità ambientale: la produzione e il consumo di alimenti locali riducono l'impatto ambientale dovuto al trasporto di alimenti da distanze minori, alla riduzione dell'uso di imballaggi e alla promozione di pratiche agricole sostenibili.

Sviluppo locale: la valorizzazione del territorio promuove l'economia locale, creando posti di lavoro e sostenendo le attività agricole e alimentari locali.

Diversità culturale: la valorizzazione del territorio favorisce la conservazione delle tradizioni culinarie locali e la promozione della diversità culturale attraverso la produzione e il consumo di alimenti tipici della zona.

Salute: la produzione e il consumo di alimenti locali freschi e di alta qualità possono promuovere uno stile di vita sano e una dieta equilibrata.

b. Piano di promozione turistica

Un piano di promozione turistica indirizzato ai giovani turisti stranieri interessati alle bellezze del paesaggio, ai prodotti enogastronomici e al patrimonio artistico e culturale del territorio dovrebbe, a mio avviso, procedere nel modo seguente:

Identificare i gusti e le preferenze dei giovani turisti

In primo luogo, è importante identificare le caratteristiche e le esigenze dei giovani turisti, come le loro preferenze in materia di attività all'aperto, la cucina, la vita notturna e il divertimento. In questo modo, sarà possibile progettare un programma di attività e di promozione più efficace.

Utilizzare i social media

I giovani turisti stranieri sono spesso molto attivi sui social media. Pertanto, è importante utilizzare piattaforme come Instagram, TikTok e YouTube per pubblicizzare le bellezze del territorio e la sua cucina. In questo modo, sarà possibile raggiungere un pubblico vasto e coinvolgente.

Organizzare eventi e attività

Gli eventi e le attività rappresentano un modo efficace per attirare l'attenzione dei giovani turisti. Si potrebbero organizzare degustazioni di prodotti locali, tour gastronomici, escursioni in bicicletta, visite a musei e gallerie d'arte, concerti e festival. In questo modo, i giovani turisti potranno vivere un'esperienza completa e coinvolgente del territorio.

Collaborare con influencer

Gli influencer sono spesso molto seguiti dai giovani turisti e possono rappresentare un modo efficace per promuovere il territorio. Si potrebbe invitare un influencer a visitare il territorio e a pubblicare contenuti sui social media. In questo modo, si potrà raggiungere un pubblico vasto e coinvolgente.

Creare pacchetti turistici personalizzati

Infine, è importante creare pacchetti turistici personalizzati, in modo da soddisfare le loro esigenze e preferenze specifiche. Si potrebbero creare pacchetti che includano attività all'aperto, degustazioni di prodotti locali, visite a musei e gallerie d'arte e vita notturna. In questo modo, i giovani turisti potranno vivere un'esperienza completa e coinvolgente.

c. Il turismo esperienziale

Si tratta come si vede, di una proposta di turismo esperienziale, cioè di una formula basata sull'esperienza e sul coinvolgimento attivo del turista in attività legate alla cultura, alla storia, alla natura o alla comunità locale del luogo visitato. Invece di limitarsi a visitare i luoghi turistici tradizionali, il turista esperienziale cerca di vivere esperienze autentiche e significative che gli permettano di conoscere e comprendere meglio la cultura e la vita del luogo che sta visitando. Il turismo esperienziale, come già scritto, può includere una vasta gamma di attività, come la partecipazione a

eventi culturali e tradizionali, la visita di mercati locali e fattorie, la degustazione di prodotti alimentari tipici, l'incontro con i locali e la partecipazione a attività all'aperto, come escursioni, trekking o attività sportive. Questa forma di turismo è diventata sempre più popolare negli ultimi anni, poiché i viaggiatori cercano di scoprire nuovi modi per vivere esperienze uniche e significative durante i loro viaggi. Tutto ciò può anche contribuire allo sviluppo locale e sostenibile, poiché i turisti sono incentivati a sostenere le attività e le comunità locali e a promuovere la conservazione della cultura e della natura del luogo visitato.

d. Proposta di un menu

Ovviamente nel turismo esperienziale non può mancare l'elemento enogastronomico che, ovviamente, non può non tenere conto della giovane età dei soggetti ai quali ci riferiamo. Ecco, quindi, una proposta di menu che tenti di accontentare palati giovani rispettando comunque la tradizione:

Antipasti

Bruschette con pomodori freschi e basilico

Polpette di melanzane con mozzarella di bufala e pomodorini secchi

Burrata con prosciutto crudo e fichi freschi

Primi piatti

Spaghetti alla carbonara

Risotto al pesto di basilico e gamberetti

Penne all'arrabbiata con pomodori freschi e peperoncino

Secondi piatti

Pollo alla cacciatora con patate al forno

Filetto di branzino in crosta di mandorle con insalata di finocchi e arance

Bistecca di manzo con patate fritte e contorno di verdure grigliate

Dessert

Tiramisù al cioccolato fondente

Panna cotta alla vaniglia con coulis di frutti di bosco

Gelato artigianale con frutta fresca

Questo menu presenta una selezione di antipasti e primi piatti tipici italiani, come le bruschette, la carbonara e l'arrabbiata, ma con un tocco di innovazione, come il risotto al pesto di basilico e gamberetti. Anche i secondi piatti offrono un mix di piatti tradizionali e innovativi, come il pollo alla cacciatora e il filetto di branzino in crosta di mandorle. Per quanto riguarda i dolci, abbiamo incluso alcuni dei dessert più amati in Italia, come il tiramisù e la panna cotta, ma con un tocco di originalità, come la panna cotta con coulis di frutti di bosco. In generale, questo menu offre una selezione di piatti tipici italiani, ma con una presentazione moderna e innovativa che potrebbe piacere a una clientela giovane. Inoltre, è importante utilizzare ingredienti freschi e di alta qualità per garantire un'esperienza culinaria autentica e di alta qualità.

TIPOLOGIA A – NUCLEO TEMATICO 8

Indirizzi: Enogastronomia - Prodotti dolciari

Il gelato è un alimento molto apprezzato non solo in Italia, ma in tutto il mondo, dove rappresenta uno dei simboli del "made in Italy" enogastronomico. Il gelato artigianale italiano è riconosciuto come un'eccellenza internazionale, tanto che viene chiamato nei Paesi di lingua anglosassone "Italian Gelato" per distinguerlo dall'ice-cream. A renderlo famoso all'estero ci hanno pensato i nostri gelatieri che a partire dalle migrazioni della seconda metà dell'800 hanno saputo farne un mestiere apprezzato, dall'Europa alle Americhe per arrivare poi in tutti i continenti. Essendo un prodotto tipico del nostro Paese, esso è legato anche alla cultura e alla tradizione culinaria italiana, tanto che molte gelaterie artigianali utilizzano ancora le ricette tramandate di generazione in generazione.

- a. Che cosa fa del gelato artigianale italiano un alimento di alta qualità?
- b. Quali sono le caratteristiche nutrizionali del gelato?
- c. Quali quelle della sua miscela?
- d. Quali gli ingredienti fondamentali?
- e. Come si produce?
- f. Come servire il gelato?
- g. Scrivi la ricetta di un gelato di tua creazione.

Svolgimento

a. Il gelato artigianale

Oggi, il gelato artigianale italiano continua a essere preparato con gli stessi metodi tradizionali, che lo rendono un prodotto unico e di alta qualità. Il gelato italiano si distingue per la sua cremosità, il suo sapore intenso e la sua consistenza morbida e vellutata. Gli ingredienti utilizzati per la sua preparazione sono tra i migliori del mondo: latte fresco, panna, zucchero e una grande varietà di frutta fresca, cioccolato, noci e aromi naturali. In Italia, esistono numerose varietà di gelato, dalle classiche varietà fragola e cioccolato alle più particolari come la crema al limone, la nocciola, il pistacchio e la stracciatella. Inoltre, ci sono anche gelati a base di liquori, come il famoso zabaglione o il limoncello. Tuttavia, negli ultimi tempi sono nate altre numerosissime varietà di gelato.

Ci sono molte varianti innovative di gusti di gelato che stanno emergendo sempre di più. Ecco alcuni esempi.

Gelato al carbone attivo: fatto con carbone vegetale attivato che dona una colorazione nera e una consistenza cremosa.

Gelato all'avocado: fatto con avocado fresco e cremoso, questo gelato ha un sapore dolce ma con una nota leggermente salata.

Gelato al tè verde matcha: un sapore delicato e rinfrescante, fatto con tè verde matcha giapponese.

Gelato alla lavanda: un sapore delicato e rilassante, fatto con petali di lavanda essiccati e macerati nella panna.

Gelato al wasabi: un sapore piccante e sorprendente, fatto con wasabi fresco e latte.

Gelato alla barbabietola: un sapore dolce e delicato, fatto con barbabietola fresca e latte.

Gelato al formaggio di capra: un sapore intenso e leggermente salato, fatto con formaggio di capra fresco.

Gelato al basilico: un sapore fresco e aromatico, fatto con foglie di basilico fresco e panna.

Gelato al sesamo nero: un sapore tostato e cremoso, fatto con semi di sesamo nero tostati e latte.

Gelato al vino rosso: un sapore intenso e fruttato, fatto con vino rosso e latte.

b. Caratteristiche nutrizionali del gelato

Il gelato, come la maggior parte dei dessert, non è considerato un alimento particolarmente nutriente e va consumato con moderazione all'interno di una dieta equilibrata. Tuttavia, le proprietà nutrizionali del gelato possono variare a seconda degli ingredienti utilizzati nella sua preparazione.

In generale, il gelato contiene una quantità significativa di zuccheri e grassi, che lo rendono un alimento calorico e poco salutare se consumato in grandi quantità. Una porzione di gelato da 100 grammi può contenere fino a 250 calorie, 15 grammi di grassi e 25 grammi di zuccheri.

Tuttavia, esistono alcune varietà di gelato che possono essere considerate più salutari, come il gelato alla frutta, che contiene meno grassi e zuccheri rispetto al gelato al cioccolato o alla crema. Inoltre, il gelato artigianale può essere preparato con ingredienti naturali e di alta qualità, come il latte fresco, la panna e la frutta fresca, che lo rendono un alimento più sano e nutriente rispetto al gelato industriale.

Il gelato può essere una fonte di proteine, vitamine e minerali, a seconda degli ingredienti utilizzati nella sua preparazione. Ad esempio, il gelato alla frutta può essere una fonte di vitamine C e A, mentre il gelato alla nocciola può contenere una quantità significativa di proteine e vitamine del gruppo B.

In generale, il gelato è un alimento da consumare con moderazione, soprattutto per chi ha problemi di peso o è diabetico. Per gustare un gelato senza sensi di colpa, è possibile optare per le varietà più leggere o gustarlo come parte di una dieta equilibrata e attività fisica regolare.

c. Caratteristiche della miscela del gelato

La miscela del gelato è la soluzione liquida composta da zuccheri, proteine del latte, grassi e acqua che viene utilizzata per produrre il gelato. La miscela ha diverse caratteristiche fisiche che sono importanti per ottenere un gelato di alta qualità.

La prima caratteristica è la densità: la densità della miscela del gelato deve essere abbastanza alta da garantire che il gelato sia cremoso e consistente, ma non così alta da impedire la congelazione durante il processo di produzione.

La seconda caratteristica è la viscosità: la miscela del gelato deve essere abbastanza viscosa da garantire che il gelato si attacchi alla pala della gelatiera e non si disperda durante la produzione.

La terza caratteristica è la plasticità: la miscela del gelato deve essere abbastanza plastica da poter essere lavorata facilmente durante la produzione. Una miscela troppo rigida potrebbe rendere difficile la lavorazione, mentre una miscela troppo morbida potrebbe impedire la creazione di una struttura solida.

La quarta caratteristica è la temperatura: la miscela del gelato deve essere mantenuta a una temperatura costante e controllata durante la produzione. Inoltre, la temperatura della miscela deve essere controllata durante il processo di raffreddamento per garantire la formazione di cristalli di ghiaccio troppo grandi.

Infine, la miscela del gelato deve essere omogenea, senza grumi o particelle solide che possano influire sulla qualità del gelato finito. Tutte queste caratteristiche fisiche sono importanti per garantire la qualità e la consistenza del gelato e sono attentamente controllate durante tutto il processo di produzione.

d. Ingredienti fondamentali del gelato

Gli ingredienti base del gelato sono il latte, la panna, lo zucchero e gli addensanti, ma possono variare a seconda della ricetta e dei gusti personali. Alcune ricette possono includere anche uova, frutta, cioccolato, noci o altri ingredienti.

Il latte è un ingrediente fondamentale del gelato, poiché fornisce la maggior parte del liquido della miscela. Il latte intero viene spesso utilizzato per la produzione di gelato, ma ci sono anche altre opzioni, come il latte scremato, il latte di soia o il latte di mandorla.

La panna, invece, fornisce la consistenza cremosa del gelato, e può variare a seconda della ricetta. La panna fresca è spesso utilizzata nella produzione di gelato artigianale, ma in alcune ricette può essere sostituita con panna vegetale o latte di cocco.

Lo zucchero viene aggiunto per dolcificare il gelato e migliorarne il gusto. Lo zucchero semolato è l'opzione più comune, ma ci sono anche alternative come lo zucchero di canna o il miele.

Gli addensanti sono utilizzati per aumentare la viscosità e la stabilità della miscela del gelato. I più comuni sono la gomma di guar, la carragenina, la gomma di xanthan e la pectina.

Le uova possono essere utilizzate per aggiungere sapore e consistenza al gelato. In particolare, le uova possono essere utilizzate per preparare la crema pasticcera, che viene poi aggiunta alla miscela del gelato.

La frutta può essere aggiunta per dare sapore e consistenza al gelato, e può essere utilizzata fresca, congelata o sotto forma di purea. La frutta può variare a seconda della stagionalità e della disponibilità, e può includere fragole, mirtilli, pesche, mango, kiwi e molti altri.

Infine, ci sono molti altri ingredienti che possono essere aggiunti al gelato, come cioccolato, noci, liquori o aromi naturali, per creare gusti unici e originali.

e. La produzione del gelato

La produzione del gelato segue generalmente le seguenti fasi.

Preparazione della miscela: gli ingredienti secchi (zucchero, latte in polvere, addensanti, ecc.) vengono miscelati insieme, mentre gli ingredienti liquidi (latte, panna, uova, ecc.) vengono riscaldati e poi aggiunti alla miscela secca. La miscela viene quindi pastorizzata per eliminare eventuali batteri presenti e migliorare la conservazione del gelato.

Raffreddamento: la miscela viene raffreddata rapidamente per evitare la formazione di cristalli di ghiaccio. Questo può essere fatto tramite un raffreddamento ad aria o a contatto con superfici fredde.

Maturazione: la miscela viene poi lasciata maturare in frigorifero per diverse ore o anche giorni. Questo aiuta a sviluppare il sapore e la consistenza del gelato.

Mantecazione: la miscela matura viene poi messa nella mantecatrice, una macchina che raffredda la miscela mentre la agita e la incorpora di aria. Questo processo aiuta a rendere il gelato cremoso e morbido.

Moulding: alla fine del processo di mantecazione, il gelato viene trasferito in contenitori e messo in freezer per solidificarsi e raggiungere la giusta consistenza.

Conservazione: il gelato viene quindi conservato in freezer a una temperatura di -18°C fino al momento del consumo. Queste sono le fasi principali della produzione del gelato, ma possono esserci alcune variazioni a seconda della ricetta e del tipo di gelato che si sta preparando.

f. Come servire il gelato

Il modo migliore per servire il gelato dipende dalle preferenze personali, ma di seguito ci sono alcune opzioni comuni.

Coppetta: il gelato può essere servito in una coppetta o in una ciotola. Questo è il modo più comune di servire il gelato, e può essere decorato con frutta fresca, scaglie di cioccolato, noci tritate o altre decorazioni.

Cono: il gelato può anche essere servito in un cono di wafer o in una coppetta di biscotto. Questo è un modo divertente e portatile per gustare il gelato, e può essere decorato con cioccolato fuso o granella di noci.

Affogato: l'affogato è un dessert italiano che prevede di versare del caffè caldo sul gelato. Questo crea un contrasto di temperature e sapori, ed è particolarmente buono con il gelato al caffè o alla vaniglia.

Milkshake: il gelato può anche essere utilizzato per preparare un milkshake, mescolato con latte o panna e altri ingredienti come frutta fresca o cioccolato.

Semifreddo: il gelato può anche essere utilizzato come base per preparare un semifreddo, un dessert freddo e cremoso che può essere servito in una coppa o tagliato a fette.

g. Il mio gelato

Ecco la ricetta di un gelato di mia creazione.

Ingredienti:

500 g di fragole fresche

250 g di ricotta fresca

250 ml di panna fresca

150 g di zucchero semolato

2 cucchiaini di succo di limone fresco

Procedimento:

Inizio lavando le fragole e rimuovendo il picciolo. Le taglio a cubetti e le metto in un frullatore con lo zucchero e il succo di limone. Frullo il tutto fino ad ottenere una purea liscia.

Aggiungo la ricotta alla purea di fragole e frulla di nuovo per amalgamare il tutto.

Monto la panna fresca in una ciotola fino a quando non diventa densa e cremosa.

Aggiungo la purea di fragole e ricotta alla panna montata e mescolo delicatamente con una spatola fino a ottenere una miscela uniforme.

Verso la miscela in una mantecatrice e faccio mantecare per circa 25-30 minuti, o fino a quando il gelato non raggiunge la giusta consistenza. Se non ho una mantecatrice, posso mettere la miscela in un contenitore in freezer e mescolare ogni mezz'ora per evitare la formazione di cristalli di ghiaccio.

Trasferisco il gelato in un contenitore ermetico e lo metto in freezer per almeno 2 ore prima di servire.

Questo gelato alla fragola e ricotta ha un sapore dolce e fruttato, con una texture morbida e cremosa. Si può servire da solo o accompagnato da frutta fresca, scaglie di cioccolato o granella di noci.

TIPOLOGIA B**TIPOLOGIA B – NUCLEO TEMATICO 2** Indirizzo: Enogastronomia

Sei chiamato a gestire un ristorante di un piccolo albergo, collocato nel cuore di un Parco nazionale della tua Regione, con annessa una beauty farm. Questo ti obbliga a conciliare i prodotti del territorio con proposte che includano anche regimi alimentari vegetariani e vegani oltre che per clienti celiaci.

- Dopo aver analizzato le migliori strategie di web marketing per promuovere il locale,
- formula la tua proposta di menu.
- Infine, indica (facendoti aiutare dalla tabella allegata) le migliori pratiche per garantire rintracciabilità e tracciabilità degli alimenti utilizzati nel tuo locale.

TABELLA 1

La tracciabilità nel mondo**68%**

I dirigenti
che considerano
la tracciabilità

molto o estremamente
importante

58%

Le aziende nel mondo
che hanno iniziato
Il percorso tecnologico e
organizzativo associato
alla tracciabilità

15%

Le imprese nel mondo che avendo adottato
la tracciabilità da tempo stanno acquisendo
valore su larga scala

FONTE: "Global State of Traceability", Bain 201

TABELLA 2

NEI PRIMI MESI DEL 2021**70%**

Gli italiani che hanno
acquistato prodotti alimentari
e bevande di marchi attivi
su tutti i temi legati alla
sostenibilità ambientale

60%

Gli italiani che hanno
acquistato prodotti
di brand impegnati
nella sostenibilità
sociale

25%

Gli italiani per cui SOSTENIBILITÀ è sinonimo di

- filiera controllata
- produzione locale
- 100% italiano

FONTE: "Consumi e stili di vita degli italiani di oggi e di domani
Rapporto Coop 2021

Svolgimento

a. Come promuovere un ristorante di un piccolo albergo, collocato nel cuore di un Parco nazionale della vostra Regione, con annessa una beauty farm

Per promuovere il ristorante annesso alla beauty farm all'interno del Parco Nazionale, utilizzerei una serie di strategie di web marketing efficaci. Queste alcune idee.

Sito web: creare un sito web accattivante e facile da navigare, con informazioni sul ristorante, il menu, le recensioni dei clienti, le foto e le informazioni sulla beauty farm. È importante includere anche informazioni sull'ambiente naturale del Parco nazionale e sulle pratiche sostenibili del ristorante.

Social media: utilizzare i social media per raggiungere un pubblico più ampio. Creare profili su piattaforme come Facebook, Instagram e Twitter, e pubblicare regolarmente foto e post sui piatti, le offerte e le promozioni del ristorante. Utilizzare anche hashtag specifici per raggiungere gli utenti interessati al salutismo e al cibo vegetariano/vegano.

Email marketing: creare una lista di email di potenziali clienti e inviare loro regolarmente newsletter con informazioni sul ristorante, il menu, le offerte speciali e le promozioni. In questo modo, si può mantenere un contatto costante con i clienti e informarli sui nuovi piatti e sulle iniziative del ristorante.

Collaborazioni: collaborare con influencer del settore del salutismo e della cucina vegetariana/vegana, invitandoli al ristorante per provare i piatti e condividere la loro esperienza sui loro canali social. In questo modo si può raggiungere un pubblico più ampio e far conoscere il ristorante a nuovi clienti.

SEO: ottimizzare il sito web per i motori di ricerca, utilizzando parole chiave specifiche come "ristorante vegetariano", "cibo sano" e "beauty farm". Ciò migliorerà la posizione del ristorante nei risultati di ricerca e renderà più facile per i potenziali clienti trovarlo online.

b. Il menu proposto

Per quanto riguarda il menu esso dovrebbe riflettere l'attenzione per i prodotti del territorio, la sostenibilità e il rispetto delle scelte alimentari dei clienti, in particolare per vegetariani, vegani e celiaci. Ecco alcune proposte.

Antipasti

Tartare di verdure fresche con erbe aromatiche locali, accompagnata da pane tostato senza glutine.

Insalata di lenticchie e verdure grigliate, condita con olio d'oliva extravergine e aceto balsamico.

Tagliere di formaggi locali, accompagnati da marmellate fatte in casa e pane integrale.

Primi piatti

Tagliatelle fatte in casa con sugo di pomodoro San Marzano biologico e basilico fresco.

Ravioli ripieni di ricotta e spinaci, serviti con burro e salvia o salsa di pomodoro leggera.

Risotto alla zucca e amaretti, con un tocco di zenzero e cannella.

Secondi piatti

Filetto di trota salmonata al forno, accompagnato da verdure alla griglia e salsa allo zenzero.

Scaloppine di soia alla Milanese, con patate al forno e insalata mista.

Strudel di verdure con ricotta di capra, servito con crema di zucca.

Dessert

Torta di mele senza glutine, servita con crema chantilly vegana.

Sorbetto al limone biologico, accompagnato da frutti di bosco freschi.

Panna cotta vegana alla vaniglia, servita con marmellata di frutti di bosco.

Il menu dovrebbe includere anche una selezione di vini locali, biologici e biodinamici, per abbinare al meglio i piatti proposti. Inoltre, il ristorante potrebbe offrire la possibilità di personalizzare i piatti in base alle esigenze alimentari specifiche dei clienti, in modo da garantire un'esperienza culinaria autentica e soddisfacente per tutti.

c. Attenzione alla rintracciabilità e tracciabilità degli alimenti

Per quanto concerne la rintracciabilità e la tracciabilità degli alimenti va sottolineato che esse sono fondamentali per garantire la sicurezza alimentare e per rispondere alle esigenze dei clienti sempre più attenti, come dimostrano del resto le tabelle allegate (Tab. 1 e 2), alla provenienza degli ingredienti.

Ecco alcune delle migliori pratiche per garantire la rintracciabilità e la tracciabilità degli alimenti utilizzati nel vostro locale.

Tenere un registro degli ingredienti: mantenere un registro dettagliato di tutti gli ingredienti utilizzati, compresi i fornitori, i numeri di lotto, le date di consegna e di scadenza.

Verificare i fornitori: scegliere fornitori affidabili e che rispettino le normative di sicurezza alimentare. Richiedere loro di fornire informazioni dettagliate sulla provenienza degli ingredienti e di fornire i certificati di conformità richiesti.

Controllare la catena del freddo: assicurarsi che gli alimenti che richiedono il mantenimento della catena del freddo siano correttamente conservati durante la consegna e il trasporto, nonché durante lo stoccaggio nel locale.

Etichettare gli ingredienti: etichettare chiaramente tutti gli ingredienti e le loro origini, compresi i numeri di lotto, le date

di scadenza e le allergie alimentari.

Formare il personale: formare il personale del ristorante sulla gestione degli ingredienti, sulla rintracciabilità e sulla tracciabilità, in modo che siano in grado di fornire informazioni dettagliate ai clienti e di rispondere alle loro domande.

Ispezionare gli ingredienti: verificare regolarmente gli ingredienti e la loro conformità alle norme di sicurezza alimentare, effettuando controlli sui numeri di lotto e sulle date di scadenza.

Monitorare la produzione: monitorare il processo di produzione degli alimenti, tenendo un registro delle temperature di cottura, dei tempi di conservazione e della manipolazione degli alimenti.

Rispettare le normative: rispettare tutte le normative di sicurezza alimentare (HACCP), comprese quelle relative all'etichettatura e alla rintracciabilità degli ingredienti.

Garantire la rintracciabilità e la tracciabilità degli alimenti è, quindi, una responsabilità importante per qualsiasi ristorante. Con queste pratiche, si può garantire ai clienti un'esperienza gastronomica sicura e soddisfacente.

TIPOLOGIA B – NUCLEO TEMATICO 3

Indirizzi: Enogastronomia - Sala e vendita - Prodotti dolciari

Sicurezza sul luogo di lavoro e sicurezza alimentare sono due aspetti fondamentali del mondo della ristorazione. La conoscenza delle norme e la capacità di metterle in pratica sono elementi indispensabili del bagaglio professionale di un operatore del settore. A tal proposito illustra che cosa si intende per:

- a. sicurezza sul lavoro;
- b. organizzazione e gestione della sicurezza sul lavoro;
- c. sicurezza alimentare;
- d. pacchetto igiene;
- e. autocontrollo e sistema HACCP;
- f. buone prassi di igiene professionale.

Infine, anche facendo riferimento alla tua esperienza acquisita nel PTCO, illustra le buone prassi di igiene professionale.

Svolgimento

a. Sicurezza sul lavoro

In Italia, la sicurezza sul lavoro si riferisce alle misure, alle normative e alle pratiche volte a proteggere i lavoratori da lesioni, malattie e incidenti sul posto di lavoro. La sicurezza sul lavoro è disciplinata da una serie di leggi, normative e linee guida che stabiliscono gli standard minimi per la prevenzione degli incidenti sul lavoro e per la tutela della salute dei lavoratori. Il Decreto Legislativo n. 81/2008, noto come Testo Unico sulla salute e sicurezza sul lavoro, è la principale fonte di normative in materia di sicurezza sul lavoro in Italia. Questo decreto stabilisce le responsabilità dei datori di lavoro, dei lavoratori e delle autorità pubbliche per garantire un ambiente di lavoro sicuro e salutare. Inoltre, esistono diverse istituzioni in Italia che si occupano di sicurezza sul lavoro, tra cui l'Inail (Istituto nazionale per l'assicurazione contro gli infortuni sul lavoro), l'Ispesl (Istituto superiore per la prevenzione e la sicurezza sul lavoro), le Asl (Aziende sanitarie locali) e le agenzie per l'occupazione. Queste istituzioni forniscono consulenza, formazione e supporto ai datori di lavoro e ai lavoratori per garantire la sicurezza sul lavoro e prevenire gli incidenti sul lavoro.

b. Organizzazione e gestione della sicurezza sul lavoro

La gestione della sicurezza sul lavoro si riferisce alla progettazione, all'implementazione e alla valutazione di un sistema di gestione della sicurezza sul posto di lavoro. Questo sistema mira a garantire un ambiente di lavoro sicuro e salutare per i lavoratori, prevenendo gli incidenti e le malattie correlate al lavoro.

La gestione della sicurezza sul lavoro prevede una serie di attività, tra cui la valutazione dei rischi, la formazione dei lavoratori, l'implementazione di politiche e procedure di sicurezza, la definizione di ruoli e responsabilità, la definizione di obiettivi e indicatori di performance, la pianificazione e la gestione delle emergenze e l'implementazione di sistemi di monitoraggio e valutazione delle prestazioni.

La gestione della sicurezza sul lavoro è una responsabilità condivisa tra i datori di lavoro, i lavoratori e le autorità pubbliche. I datori di lavoro sono responsabili della progettazione e dell'implementazione di un sistema di gestione della sicurezza sul lavoro, mentre i lavoratori sono tenuti a rispettare le politiche e le procedure di sicurezza sul lavoro e a segnalare qualsiasi rischio o problema di sicurezza sul lavoro. Le autorità pubbliche forniscono supporto e supervisione per garantire la conformità alle normative in materia di sicurezza sul lavoro e la tutela della salute dei lavoratori.

c. La sicurezza alimentare

La sicurezza alimentare si riferisce alla garanzia che il cibo sia sicuro per il consumo umano. Questo include la prevenzione, il controllo e la gestione dei rischi alimentari, nonché l'assicurazione della qualità degli alimenti.

La sicurezza alimentare è importante per la salute pubblica, poiché il consumo di cibi contaminati o di scarsa qualità può causare malattie, intossicazioni alimentari e altre conseguenze negative per la salute. La sicurezza alimentare è quindi regolamentata a livello internazionale, nazionale e regionale per garantire che i produttori di alimenti rispettino gli standard di sicurezza alimentare.

Le attività di sicurezza alimentare includono la verifica e il controllo dei prodotti alimentari, la tracciabilità degli alimenti, la formazione dei lavoratori del settore alimentare, la prevenzione di contaminazioni chimiche, fisiche e biologiche, la gestione dei rifiuti alimentari e la gestione delle emergenze.

In Italia, la sicurezza alimentare è regolamentata da una serie di leggi, tra cui il Codice Alimentare Italiano e il Regolamento (CE) n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio. Inoltre, esistono diverse agenzie e autorità, tra cui il Ministero della Salute, l'Agenzia Italiana per la Sicurezza Alimentare (EFSA) e l'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare (EFSA), che monitorano e regolamentano la sicurezza alimentare in Italia.

d. Il Pacchetto Igiene

Il Pacchetto Igiene è un insieme di regolamenti dell'Unione Europea (UE) volti a garantire la sicurezza alimentare lungo tutta la filiera alimentare, dalla produzione alla distribuzione, alla vendita e al consumo.

Il Pacchetto Igiene, introdotto nel 2004, è costituito da una serie di regolamenti, tra cui il Regolamento (CE) n. 852/2004 sull'igiene dei prodotti alimentari, il Regolamento (CE) n. 853/2004 che stabilisce le norme specifiche per la produzione di alimenti di origine animale e il Regolamento (CE) n. 854/2004 che stabilisce le norme specifiche per il controllo ufficiale dei prodotti di origine animale destinati al consumo umano.

Il Pacchetto Igiene stabilisce le responsabilità degli operatori della filiera alimentare, inclusi i produttori, i trasformatori, i distributori e i rivenditori di alimenti. In particolare, il Pacchetto Igiene richiede che gli operatori alimentari adottino un sistema di autocontrollo basato sui principi dell'HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), che consiste nella valutazione dei rischi, nell'identificazione dei punti critici di controllo e nell'implementazione di misure preventive e correttive per garantire la sicurezza degli alimenti.

Il Pacchetto Igiene prevede inoltre il controllo ufficiale dei prodotti alimentari da parte delle autorità competenti per verificare la conformità degli operatori alimentari alle norme di sicurezza alimentare. Le autorità competenti sono anche responsabili di informare il pubblico sui rischi alimentari e di adottare misure di emergenza in caso di situazioni di crisi alimentare.

e. Che cosa sono l'autocontrollo e il sistema HACCP

L'autocontrollo è un sistema di gestione della sicurezza alimentare che prevede l'adozione di procedure e misure preventive da parte degli operatori alimentari per identificare, valutare e controllare i rischi per la sicurezza alimentare. L'autocontrollo si basa sulle normative vigenti e sugli standard internazionali di sicurezza alimentare e prevede l'implementazione di un sistema di monitoraggio, registrazione e valutazione dei risultati, al fine di garantire la conformità alle norme di sicurezza alimentare.

Il sistema HACCP è, invece, un metodo di analisi dei rischi e di controllo dei punti critici utilizzato in particolare nella produzione di alimenti a rischio di contaminazione, come ad esempio quelli di origine animale. Il sistema HACCP prevede l'identificazione dei punti critici di controllo lungo la filiera alimentare, in cui il rischio di contaminazione è maggiore, e l'implementazione di misure preventive e correttive per ridurre i rischi e garantire la sicurezza degli alimenti. Il sistema HACCP si basa su sette principi.

- Identificazione dei pericoli per la sicurezza alimentare
- Identificazione dei punti critici di controllo
- Stabilimento dei limiti critici di controllo
- Implementazione di sistemi di monitoraggio dei punti critici di controllo
- Implementazione di azioni correttive in caso di superamento dei limiti critici di controllo
- Implementazione di un sistema di registrazione dei dati e dei risultati
- Implementazione di un sistema di verifica e revisione del sistema HACCP

L'autocontrollo e il sistema HACCP sono strumenti fondamentali per garantire la sicurezza alimentare e prevenire la contaminazione degli alimenti, riducendo il rischio di malattie e intossicazioni alimentari.

f. Buone prassi di igiene professionale

Le buone prassi d'igiene professionale nella cucina sono fondamentali per garantire la sicurezza alimentare e prevenire la contaminazione degli alimenti. Di seguito sono elencate alcune delle principali buone prassi d'igiene professionale nella cucina di un ristorante:

Lavarsi le mani: il personale della cucina deve lavarsi le mani frequentemente, utilizzando acqua calda e sapone, soprattutto prima di manipolare gli alimenti.

Pulizia degli utensili e delle superfici di lavoro: gli utensili da cucina e le superfici di lavoro devono essere puliti e disinfettati regolarmente.

Conservazione degli alimenti: gli alimenti devono essere conservati in modo corretto, in frigorifero o in freezer, e in contenitori puliti e chiusi.

Manipolazione degli alimenti: gli alimenti devono essere manipolati in modo sicuro e igienico, evitando il contatto con altre superfici o alimenti contaminati.

Cottura degli alimenti: gli alimenti devono essere cucinati a temperature adeguate a garantire la completa eliminazione di eventuali batteri o virus.

Monitoraggio della temperatura: è importante monitorare la temperatura degli alimenti e dei frigoriferi e dei forni, utilizzando termometri per garantire che siano conservati e cucinati a temperature corrette.

Formazione del personale: il personale della cucina deve essere formato e informato sulle norme di sicurezza alimentare e sulle buone prassi d'igiene professionale.

Controlli igienico-sanitari: è importante che vengano eseguiti controlli igienico-sanitari regolari per verificare la conformità alle normative e per identificare eventuali problemi e risolverli tempestivamente.

Gestione dei rifiuti: i rifiuti devono essere gestiti in modo corretto e in modo tale da non contaminare gli alimenti o l'ambiente circostante.

Seguire queste buone prassi d'igiene professionale nella cucina di un ristorante può contribuire a prevenire la contaminazione degli alimenti e a garantire la sicurezza alimentare, migliorando la qualità dei pasti serviti ai clienti.

TIPOLOGIA B – NUCLEO TEMATICO 4

Indirizzi: Enogastronomia - Sala e vendita - Prodotti dolciari

Da alcuni anni i consumatori apprezzano sempre di più i prodotti di filiera corta e a chilometro zero. Anche la ristorazione sta diventando sempre più attenta alla provenienza dei prodotti utilizzati nella preparazione dei piatti. Molte cucine di ristoranti, trattorie e agriturismi stanno infatti adottando un approccio basato sulla filiera corta e sul chilometro zero, utilizzando prodotti locali e freschi. Utilizzando anche il documento allegato, rispondi in modo adeguato alle seguenti domande.

- a. Che cosa si intende per filiera corta? Quali sono i vantaggi?
- b. Che cosa si intende per chilometro zero? Quali sono i vantaggi?
- c. Quali sono i benefici per la salute?
- d. Quale rapporto c'è tra filiera corta, chilometro zero e tutela della tipicità?
- e. Elabora un tuo menu chilometro zero.

DOCUMENTO 1

Finalmente la filiera corta e il chilometro zero diventano concetti ben definiti, rispetto ai quali i consumatori potranno contare su una maggiore trasparenza. Dopo tanti anni senza una specifica regolamentazione, è stata approvata una nuova legge che stabilisce i criteri con cui un prodotto può essere definito a "chilometro zero" o a "filiera corta", istituisce i loghi, definisce alcuni strumenti di valorizzazione e promozione e fissa le sanzioni per gli utilizzi illeciti. La norma, Legge numero 61, è stata pubblicata in Gazzetta ufficiale l'11 giugno 2022 ed è entrata in vigore il 26 dello stesso mese, anche se i relativi loghi e i criteri di attribuzione e verifica dovranno essere indicati da un decreto ministeriale entro fine settembre. **La nuova legge** precisa che possono essere considerati a km zero gli alimenti prodotti nel raggio massimo di 70 chilometri dal luogo di vendita o di consumo, o provenienti dalla stessa provincia (oppure sbarcati entro i 70 km, nel caso del pescato). Per quanto riguarda invece la filiera corta, i prodotti caratterizzati da questa dicitura devono arrivare al consumatore finale passando al massimo attraverso un intermediario. I prodotti, così definiti, sono promossi dalla norma con alcune misure di carattere logistico, come quella che prevede di riservare uno spazio di almeno il 30% delle aree destinate ai mercati in genere, oltre che esserci spazi adeguati per la pesca, prospicienti i punti di sbarco. Regioni ed enti locali possono inoltre favorire la creazione di spazi ad hoc all'interno dei supermercati, previo accordo con le insegne. Per quanto riguarda infine i **loghi**, questi sono ancora da definire, ma è già stato stabilito che non dovranno essere posizionati sui prodotti e sulle confezioni. La loro collocazione è prevista nei punti di vendita, siano essi spazi fisici o piattaforme online, oppure, nel caso in cui si tratti di ristorazione, sui luoghi di consumo. Le sanzioni, per chi violerà le norme previste dalla nuova legge, andranno da un minimo di 1.600 a un massimo di 9.500 euro. Il tutto è orientato a premiare le politiche trasparenti e sostenibili che sempre

di più intendono valorizzare e promuovere i nostri territori e i loro prodotti, salvaguardando il consumatore e il suo diritto a essere informato.

(Fonte: <https://ilfattoalimentare.it>)

Svolgimento

a. Filiera corta

La filiera corta indica un modello di produzione e distribuzione in cui i prodotti caratterizzati da questa dicitura devono arrivare al consumatore finale passando al massimo attraverso un intermediario.

La filiera corta implica anche un maggior controllo del processo produttivo da parte dei produttori, che possono mantenere un contatto più diretto con i consumatori, spiegare il metodo di produzione, i tempi di raccolta e di consegna, il prezzo e altri aspetti del prodotto. Ciò promuove la trasparenza e l'etica nella produzione e nella distribuzione dei prodotti alimentari. Il modello di filiera corta si contrappone alla filiera lunga, in cui il prodotto passa attraverso una serie di intermediari, che lo rendono più costoso e meno trasparente per il consumatore. La filiera corta è un'opzione preferita dai consumatori che desiderano acquistare prodotti locali e freschi, sostenere l'economia locale e promuovere la sostenibilità ambientale.

b. Chilometro zero

Il termine "chilometro zero" si riferisce alla produzione e alla vendita di prodotti alimentari che sono coltivati e raccolti nelle vicinanze del luogo in cui vengono consumati. In altre parole, il cibo "a chilometro zero" è prodotto, trasformato e distribuito in un raggio non superiore ai 70 km dal luogo di consumo.

L'obiettivo del chilometro zero è quello di ridurre l'impatto ambientale del trasporto dei prodotti alimentari e di supportare l'economia locale. I produttori che adottano questo modello cercano di ridurre l'uso di combustibili fossili, di promuovere la biodiversità e la sostenibilità ambientale, e di creare un rapporto più diretto e trasparente con i consumatori.

Il chilometro zero può essere applicato a vari prodotti, non solo alimentari, come ad esempio l'energia prodotta da fonti rinnovabili o i prodotti artigianali realizzati in loco. In ogni caso, l'idea è quella di favorire un'economia circolare e sostenibile che rispetti l'ambiente e le comunità locali.

c. Vantaggi per la salute

La filiera corta e il chilometro zero possono anche avere impatti positivi sulla salute umana. In particolare, acquistare e consumare prodotti alimentari locali e freschi può avere diversi benefici per la salute, come ad esempio:

Maggiore apporto di nutrienti: i prodotti alimentari locali e freschi spesso contengono più nutrienti rispetto ai prodotti trasportati da lontano, poiché non subiscono il degrado causato dalla conservazione a lungo termine e dal trasporto.

Riduzione dell'esposizione a sostanze chimiche: i produttori locali tendono a utilizzare meno pesticidi e fertilizzanti rispetto ai grandi coltivatori industriali, riducendo così l'esposizione ai residui chimici.

Maggiore sicurezza alimentare: i produttori locali spesso adottano pratiche di produzione più sicure e trasparenti, offrendo ai consumatori maggiore fiducia nella sicurezza dei prodotti che acquistano.

Maggiore diversità alimentare: la filiera corta e il chilometro zero spesso offrono una maggiore varietà di prodotti locali, promuovendo una dieta più diversificata e salutare.

Supporto a pratiche agricole sostenibili: la filiera corta e il chilometro zero promuovono pratiche agricole sostenibili e la riduzione dell'impatto ambientale dei produttori, contribuendo alla tutela della salute dell'ambiente e della salute umana.

d. Tutela della tipicità

La filiera corta e il chilometro zero possono anche favorire la valorizzazione delle tipicità locali. In particolare, i produttori locali possono offrire prodotti tipici e tradizionali della propria Regione o paese, promuovendo la biodiversità e la preservazione delle varietà locali. Grazie alla filiera corta e al chilometro zero, i produttori possono offrire al consumatore la possibilità di scoprire e apprezzare prodotti che spesso non sono disponibili nei canali di distribuzione tradizionali. Inoltre, acquistando prodotti tipici e tradizionali locali, i consumatori possono contribuire alla valorizzazione dell'identità culturale e gastronomica della propria Regione. La valorizzazione delle tipicità locali può anche avere un impatto positivo sull'economia locale, creando nuove opportunità di lavoro e di sviluppo per le comunità locali. In questo modo, la filiera corta e il chilometro zero possono diventare una risorsa per la valorizzazione del patrimonio culturale e gastronomico delle Regioni, promuovendo una maggiore conoscenza e apprezzamento delle tradizioni locali.

e. Il mio menu a chilometro zero

Ecco un esempio di menu con prodotti a chilometro zero:

Antipasto

Formaggio locale con miele di acacia

Crostini con pomodorini e basilico fresco

Primo piatto

Tagliatelle fatte in casa con ragù di carne locale e pomodori freschi

Insalata mista di verdure di stagione, condita con olio extravergine d'oliva locale e aceto balsamico

Secondo piatto

Arrosto di maiale locale con patate e carote fresche

Fagiolini freschi con aglio e peperoncino

Dessert

Crostata di mele locali

Gelato artigianale alla crema con lamponi freschi

Il menu proposto prevede l'utilizzo di prodotti a chilometro zero, ovvero prodotti coltivati e raccolti in loco, come ad esempio il formaggio locale, la carne di maiale, i pomodori, le verdure di stagione, le mele e i lamponi freschi. In questo modo, il menu offre al consumatore la possibilità di gustare prodotti freschi e di alta qualità, che promuovono la sostenibilità ambientale e l'economia locale.

TIPOLOGIA B – NUCLEO TEMATICO 7

Indirizzi: Enogastronomia - Sala e vendita - Prodotti dolciari - Accoglienza turistica

Gli elementi che maggiormente attraggono in Italia i turisti stranieri sono sicuramente l'arte, il paesaggio e l'enogastronomia. Per questo motivo le maggiori possibilità di successo economico riguardano quelle aziende che riescono a proporre un'offerta che sappia includere questi tre elementi facendone un'unica, indimenticabile esperienza. Immagina, quindi, di aprire un piccolo albergo in un territorio nel cuore di un Parco nazionale, ricco, oltre che di bellezze naturali, anche di emergenze artistiche e di prodotti enogastronomici locali di grande qualità.

- a. Dovrai prima elaborare un business plan;
- b. poi trovare fonti di finanziamento;
- c. promuovere la tua struttura in modo adeguato;
- d. puntando soprattutto sul turismo esperienziale.

Svolgimento**a. Il business plan**

L'elaborazione di un business plan per un piccolo albergo situato nel cuore di un Parco nazionale, in un territorio ricco di arte e specialità enogastronomiche può essere un processo complesso, ma seguendo i passaggi fondamentali, è possibile creare un piano efficace. Di seguito sono riportati i passaggi fondamentali che possono essere seguiti per elaborare un business plan di successo per un albergo in questa posizione.

Analisi di mercato: in primo luogo, è necessario effettuare un'analisi di mercato approfondita per comprendere la domanda del mercato e il comportamento dei consumatori. È importante raccogliere informazioni sulle tendenze turistiche, le preferenze dei clienti e le attività concorrenti.

Definizione del prodotto: una volta completata l'analisi di mercato, è necessario definire il prodotto che l'albergo offrirà ai clienti. Questo può includere la scelta del tipo di albergo (ad esempio, albergo di lusso, bed and breakfast, agriturismo, ecc.), i servizi che saranno offerti, la scelta della decorazione e l'arredamento delle camere e delle aree comuni.

Strategia di marketing: una volta che il prodotto è stato definito, è necessario pianificare una strategia di marketing efficace per promuovere l'albergo. Questo può includere il posizionamento del marchio, la definizione del target di mercato, la scelta dei canali di marketing più appropriati, la partecipazione a fiere turistiche, la creazione di una presenza online e la collaborazione con agenzie di viaggio.

Struttura organizzativa: l'elaborazione di un business plan richiede anche la definizione della struttura organizzativa dell'albergo. Questo può includere la definizione delle funzioni aziendali e dei ruoli, nonché la scelta delle risorse umane necessarie per far funzionare l'albergo.

Pianificazione finanziaria: infine, è necessario pianificare le finanze dell'albergo. Ciò può includere la definizione del budget e delle proiezioni finanziarie, la scelta delle fonti di finanziamento più appropriate per l'albergo, la definizione dei prezzi delle camere e dei servizi, la gestione delle spese e la valutazione dei costi e dei ricavi.

Inoltre, l'albergo potrebbe sfruttare l'ubicazione nel cuore del Parco nazionale e la ricchezza del territorio d'arte e di specialità enogastronomiche, offrendo pacchetti turistici e collaborando con guide turistiche locali, ristoranti e produttori locali per offrire ai clienti un'esperienza completa del territorio.

È importante notare che l'elaborazione di un business plan richiede una pianificazione accurata e dettagliata e deve essere rivisto periodicamente per garantire che l'albergo rimanga al passo con le mutevoli esigenze del mercato turistico.

b. Possibili fonti di finanziamento

Ci sono diverse fonti di finanziamento che possono essere esplorate per l'apertura di un piccolo albergo di montagna. Di seguito sono elencate alcune delle opzioni più comuni.

Prestiti bancari: i prestiti bancari sono una delle opzioni più comuni per finanziare l'apertura di un albergo. È possibile contattare diverse banche per verificare le opzioni disponibili e le condizioni dei prestiti.

Investitori privati: se non si dispone dei fondi necessari per aprire l'albergo, si può cercare di coinvolgere investitori privati. Questi possono essere amici, familiari o investitori esterni che sono interessati al progetto e sono disposti a investire il proprio denaro.

Crowdfunding: il crowdfunding è un modo relativamente nuovo di finanziare un progetto, che coinvolge la raccolta di fondi attraverso una piattaforma online dedicata. Ci sono diverse piattaforme di crowdfunding che si possono utilizzare per raccogliere denaro per l'apertura di un albergo.

Finanziamenti europei: in base alla posizione dell'albergo, si potrebbe essere idonei a finanziamenti europei, come quelli forniti dall'Unione Europea. Questi finanziamenti sono destinati a promuovere lo sviluppo economico e possono essere utilizzati per progetti di turismo sostenibile e di sviluppo rurale.

Finanziamenti regionali: a seconda della regione in cui si desidera aprire l'albergo, potrebbe esserci la possibilità di ottenere finanziamenti regionali. Questi finanziamenti possono essere forniti da organizzazioni governative regionali o da agenzie di sviluppo economico locali.

Programmi di sostegno alle imprese: ci sono diversi programmi di sostegno alle imprese che offrono finanziamenti o sovvenzioni per le imprese che operano in determinati settori o regioni. Ci si può informare sui programmi di sostegno alle imprese a livello nazionale, regionale o comunale.

Inoltre, quando si cerca di trovare fonti di finanziamento per l'apertura di un albergo di montagna, è importante presentare un business plan solido e convincente, che mostri il potenziale dell'albergo e dimostri che il progetto può essere redditizio nel lungo periodo.

c. Promozione del prodotto

Per promuovere al meglio un piccolo albergo di montagna situato nel cuore di un Parco nazionale e in un territorio ricco di arte e specialità enogastronomiche DOP e IGT, è possibile utilizzare diverse strategie di marketing e promozione. Di seguito sono elencate alcune idee:

Sfruttare le piattaforme online: è importante che l'albergo sia presente su diverse piattaforme online, come ad esempio Booking.com, Expedia, TripAdvisor e altre. In questo modo si può raggiungere un pubblico molto vasto e aumentare la visibilità dell'albergo. Inoltre, è importante che l'albergo abbia un proprio sito web con informazioni dettagliate sulle camere, sui servizi offerti, sulle attività nel Parco nazionale e sui prodotti gastronomici locali.

Utilizzare i social media: i social media sono uno strumento molto utile per promuovere l'albergo e raggiungere un pubblico più giovane. Si può creare una pagina Facebook o un account Instagram per l'albergo e condividere foto e informazioni sui servizi offerti, sul territorio circostante, sulle attività, sulla gastronomia e su eventi locali.

Collaborare con tour operator e agenzie di viaggio: è possibile collaborare con tour operator e agenzie di viaggio specializzate in turismo di montagna o in enogastronomia per promuovere l'albergo. Si possono creare pacchetti turistici che includono il soggiorno presso l'albergo, le attività nel Parco nazionale e le visite ai produttori di vino e cibo locali.

Partecipare a fiere e eventi turistici: partecipare a fiere e eventi turistici può essere un'ottima occasione per promuovere l'albergo e incontrare potenziali clienti. Si possono organizzare degustazioni di prodotti gastronomici locali, presentazioni delle attività all'interno del Parco nazionale e visite guidate.

Collaborare con le associazioni locali: collaborare con le associazioni locali, come ad esempio le associazioni di produttori di vino o di cibo, può essere un'opportunità per promuovere l'albergo e i prodotti gastronomici locali. Si possono organizzare eventi congiunti, come degustazioni di vino e cibo, e collaborazioni per promuovere l'intero territorio.

d. Il turismo esperienziale

Inoltre, è importante che l'albergo si concentri sulla qualità del servizio e dei prodotti offerti, in modo da garantire un'esperienza indimenticabile ai clienti. Un'esperienza positiva porta sempre a una promozione spontanea del nostro albergo, creando passaparola tra i clienti.

Il turismo esperienziale è una forma di turismo in cui i viaggiatori cercano esperienze uniche e autentiche, piuttosto che limitarsi a visitare luoghi famosi o ad assaporare cibi e bevande locali. Il turismo esperienziale cerca di fornire esperienze

che coinvolgono i sensi, che mettono in contatto con la cultura e la natura del luogo visitato, e che permettono ai viaggiatori di interagire con le persone locali.

Questa forma di accoglienza può includere attività come la partecipazione a un corso di cucina locale, l'apprendimento di tecniche artigianali tradizionali, la partecipazione a cerimonie religiose o culturali locali, l'esplorazione di aree naturali protette in modo sostenibile, il contatto con le comunità locali, la partecipazione ad attività agricole, come la vendemmia o la raccolta di frutti.

Il turismo esperienziale può essere vantaggioso sia per i turisti che per i territori visitati. Per i turisti offre un'esperienza autentica, che può arricchire la loro conoscenza del mondo e delle culture. Per le comunità locali, il turismo esperienziale può rappresentare una fonte di reddito e una possibilità di valorizzazione delle proprie tradizioni e risorse. Inoltre, il turismo esperienziale può essere una forma di turismo sostenibile, in cui si cerca di minimizzare gli impatti negativi sull'ambiente e sulla cultura locale.

TIPOLOGIA C

TIPOLOGIA C – NUCLEO TEMATICO 1 Indirizzi: Enogastronomia - Prodotti dolciari

Da qualche decennio la necessità di coniugare sempre di più l'esaltazione del gusto alimentare, il piacere del mangiare bene con la salute rappresenta una delle grandi sfide della cucina, in particolare di quella italiana. L'attenzione, quindi, a una serie di problematiche legate alle reazioni avverse agli alimenti è sempre maggiore anche per una serie di norme che tutelano il consumatore. Dopo aver chiarito che cosa si intende per:

- a. reazioni avverse agli alimenti;
- b. intolleranze alimentari;
- c. intolleranze farmacologiche, enzimatiche e al lattosio;
- d. celiachia;
- e. norme di legge che tutelano il consumatore;
- f. proponi un tuo menu per celiaci, senza rinunciare al gusto e ai prodotti tipici del territorio.

Svolgimento

a. Le reazioni avverse agli alimenti

Le reazioni avverse agli alimenti sono risposte anormali del sistema immunitario o del sistema digestivo a un alimento o un ingrediente alimentare. Esistono diverse forme di reazioni avverse agli alimenti, tra cui:

Allergie alimentari: le allergie alimentari sono causate da una reazione immunitaria del corpo a una sostanza presente in un alimento. I sintomi possono variare da lievi a gravi e includono prurito, eruzione cutanea, gonfiore, difficoltà respiratorie e shock anafilattico.

Intolleranze alimentari: le intolleranze alimentari sono causate da una difficoltà nel digerire un particolare alimento o ingrediente. I sintomi possono includere mal di stomaco, diarrea, gonfiore addominale e nausea.

Avvelenamento da cibo: l'avvelenamento da cibo è causato da batteri, virus o tossine presenti negli alimenti. I sintomi possono includere nausea, vomito, diarrea, febbre e dolori addominali.

È importante notare che le reazioni avverse agli alimenti possono essere pericolose per la salute e richiedere cure mediche immediate. Se si sospetta di avere una reazione avversa a un alimento, è importante consultare un medico per una valutazione accurata e una diagnosi corretta.

b. Le intolleranze alimentari

Le intolleranze alimentari sono una forma di reazione avversa agli alimenti in cui il sistema digestivo ha difficoltà a digerire un particolare alimento o ingrediente. Ciò può causare una serie di sintomi gastrointestinali sgradevoli e talvolta dolorosi, come ad esempio gonfiore addominale, diarrea, nausea, crampi addominali e flatulenza.

Le intolleranze alimentari possono essere causate da vari fattori, tra cui la mancanza di un enzima necessario per digerire un alimento specifico, come nel caso della lattasi, un enzima necessario per digerire il lattosio presente nel latte e nei latticini. Altre intolleranze alimentari possono essere causate da sensibilità ai conservanti o agli additivi presenti negli alimenti.

Esse possono essere difficili da diagnosticare, poiché i sintomi possono essere simili a quelli di altre malattie gastrointestinali. La diagnosi può essere fatta attraverso test specifici, come il test del respiro per la intolleranza al lattosio, oppure mediante l'eliminazione di determinati alimenti dalla dieta e il monitoraggio dei sintomi.

È importante distinguere le intolleranze alimentari dalle allergie alimentari, in cui il sistema immunitario reagisce a una

sostanza presente negli alimenti, poiché le allergie alimentari possono essere più pericolose per la salute e richiedere cure mediche immediate.

c. Intolleranze farmacologiche, enzimatiche e al lattosio

Le intolleranze farmacologiche si riferiscono alla reazione del corpo a un farmaco o medicinale, che può causare effetti collaterali indesiderati o addirittura tossicità. Questo tipo di intolleranza può essere causato da un'ipersensibilità individuale al farmaco o da una reazione avversa ad altri componenti presenti nella formulazione del farmaco.

Le intolleranze enzimatiche sono causate da una carenza di un enzima specifico necessario per digerire adeguatamente un determinato alimento. Ad esempio, l'intolleranza al lattosio è causata dalla mancanza di lattasi, un enzima che aiuta il corpo a digerire il lattosio presente nei latticini.

L'intolleranza al lattosio è una forma di intolleranza enzimatica e si verifica quando il corpo non è in grado di digerire adeguatamente il lattosio, uno zucchero presente nel latte e nei latticini. Ciò può causare sintomi gastrointestinali sgradevoli come gonfiore addominale, diarrea, nausea, crampi addominali e flatulenza.

Essa può essere diagnosticata attraverso test specifici, come il test del respiro per la intolleranza al lattosio o il test genetico per la mancanza di lattasi. Il trattamento prevede solitamente l'eliminazione o la limitazione dei prodotti lattiero-caseari dalla dieta, sebbene esistano anche prodotti lattiero-caseari privi di lattosio.

In generale, è importante distinguere tra i diversi tipi di intolleranze, poiché i sintomi e il trattamento possono variare significativamente a seconda della causa sottostante. In ogni caso, se si sospetta di avere un'intolleranza, è importante consultare un medico per una valutazione accurata e una diagnosi corretta.

d. Che cos'è la celiachia

La celiachia è una malattia autoimmune in cui il sistema immunitario del corpo reagisce in modo anormale al glutine, una proteina presente in molti cereali come il grano, la segale e l'orzo. Questa reazione provoca un danno alla mucosa dell'intestino tenue e può causare problemi di digestione e assorbimento dei nutrienti. I sintomi possono variare da persona a persona e possono includere disturbi gastrointestinali come gonfiore addominale, diarrea, costipazione, nausea, vomito e perdita di peso. Altri sintomi possono includere stanchezza cronica, malnutrizione, anemia, osteoporosi e problemi di fertilità.

La diagnosi prevede una combinazione di esami del sangue e biopsie dell'intestino tenue. Il trattamento prevede l'eliminazione completa del glutine dalla dieta, compresi tutti i prodotti che lo contengono, come il pane, la pasta e la birra. La maggior parte delle persone con celiachia può condurre una vita sana e normale seguendo una dieta senza glutine, ma è importante prestare attenzione alla corretta gestione della dieta e alle possibili contaminazioni crociate, ad esempio quando si mangia fuori casa o si utilizzano utensili da cucina in comune.

e. Norme di legge che tutelano dalle reazioni avverse agli alimenti

In Italia, ci sono diverse norme che tutelano il consumatore dalle reazioni avverse agli alimenti. Ecco alcuni esempi:

Regolamento (UE) n. 1169/2011: questo regolamento dell'Unione Europea riguarda l'informazione sui prodotti alimentari fornita ai consumatori. Essa prevede l'obbligo di fornire informazioni chiare e facilmente comprensibili riguardo agli allergeni presenti negli alimenti.

Decreto Legislativo 109/1992: questo decreto definisce le norme igienico-sanitarie per la produzione e commercializzazione dei prodotti alimentari. Esso impone agli operatori del settore alimentare di rispettare determinati standard igienici, di qualità e di sicurezza dei prodotti alimentari.

Decreto Legislativo 114/2006: questo decreto riguarda l'etichettatura degli alimenti e stabilisce che gli allergeni devono essere chiaramente indicati sulla confezione degli alimenti.

Legge 123/2005: questa legge regola l'informazione sui prodotti alimentari e sulla loro composizione. Essa impone agli operatori del settore alimentare di fornire informazioni sui prodotti alimentari, come gli allergeni presenti, in modo preciso e facilmente comprensibile.

Legge 283/1962: questa legge prevede sanzioni penali per chi mette in commercio prodotti alimentari dannosi per la salute dei consumatori, come quelli che causano reazioni allergiche.

Legge 7 agosto 1990, n. 241: questa legge disciplina la responsabilità civile per danni causati da prodotti difettosi, compresi quelli alimentari.

Queste norme sono volte a garantire la sicurezza alimentare e la tutela dei consumatori italiani dalle reazioni avverse agli alimenti.

f. Proponi un menu per celiaci senza rinunciare al gusto e ai prodotti tipici del territorio

Ecco un esempio di menu per celiaci che utilizza prodotti tipici del territorio e non rinuncia al gusto:

Antipasto

Crostini di pane di mais con paté di olive nere e pomodori secchi

Primo piatto

Risotto alla milanese con zafferano e pancetta croccante

Secondo piatto

Polpette di carne al sugo con contorno di patate al forno e zucchine trifolate

Dessert

Torta di mele senza glutine con panna montata e cannella

Il pane di mais per i crostini può essere facilmente preparato con farina di mais senza glutine. Il risotto alla milanese può essere fatto con riso senza glutine e zafferano. Le polpette di carne possono essere preparate con carne macinata senza glutine e pangrattato senza glutine o pane di mais sbriciolato. La torta di mele può essere preparata con farina di riso o farina di mais senza glutine.

È importante prestare attenzione alla possibile contaminazione crociata quando si cucina per celiaci, utilizzando utensili da cucina puliti e evitando ingredienti contaminati o provenienti da una produzione non certificata senza glutine. Inoltre, è consigliabile verificare sempre gli ingredienti dei prodotti confezionati per assicurarsi che non contengano glutine.

TIPOLOGIA C – NUCLEO TEMATICO 2 Indirizzi: Enogastronomia - Sala e vendita

La sostenibilità ambientale è diventato un tema sempre più importante per la ristorazione negli ultimi anni. I ristoranti, le caffetterie e altri locali di ristorazione possono contribuire significativamente alla riduzione dell'impatto ambientale, adottando alcune buone pratiche e attuando politiche sostenibili. Immagina di gestire un ristorante, in che modo renderesti la tua proposta ristorativa il più possibile sostenibile? Infine proponi una tua ricetta in grado di conciliare la tradizione con la sostenibilità.

Svolgimento

Ecco alcune idee per rendere la ristorazione più sostenibile.

a. Utilizzo di prodotti locali e di stagione

L'utilizzo di prodotti locali e di stagione nella ristorazione è un importante passo verso la sostenibilità ambientale, in quanto riduce l'impatto ambientale del trasporto e della conservazione dei cibi, promuove la biodiversità e la conservazione delle risorse naturali. L'utilizzo di prodotti locali significa che i cibi vengono coltivati e prodotti vicino al luogo in cui verranno consumati, riducendo così il costo ambientale del trasporto e l'impatto ambientale derivante dall'emissione di gas serra. Inoltre, scegliere prodotti locali supporta le attività economiche della comunità locale, poiché spesso si tratta di piccoli produttori e agricoltori. Inoltre, l'utilizzo di prodotti di stagione significa che il cibo viene raccolto in un momento in cui è naturalmente disponibile, piuttosto che essere coltivato o conservato in modo artificiale per garantirne la disponibilità durante tutto l'anno. Ciò significa che i prodotti di stagione sono spesso più freschi, saporiti e nutrienti. Inoltre, l'utilizzo di prodotti di stagione consente di variare il menu e di offrire una maggiore varietà di cibi ai clienti. Nella ristorazione, l'utilizzo di prodotti locali e di stagione richiede una maggiore attenzione alla pianificazione del menu e degli acquisti. Tuttavia, esistono molte organizzazioni e programmi che supportano e promuovono l'utilizzo di prodotti locali e di stagione nella ristorazione, come ad esempio le reti di agricoltori locali o le piattaforme di acquisto diretto dei produttori. In sintesi, l'utilizzo di prodotti locali e di stagione nella ristorazione è una scelta sostenibile che può aiutare a ridurre l'impatto ambientale del settore e supportare l'economia locale. Inoltre, offrire ai clienti cibi freschi, saporiti e nutrienti può contribuire a migliorare l'esperienza gastronomica e la soddisfazione del cliente.

b. Riduzione degli sprechi alimentari

La riduzione degli sprechi alimentari nella ristorazione è un importante passo verso la sostenibilità ambientale, in quanto riduce la quantità di cibo che finisce in discarica e riduce l'impatto ambientale del processo di produzione e smaltimento dei rifiuti. Per ridurre gli sprechi alimentari, è importante adottare alcune buone pratiche nella gestione del cibo in ristorante, ad esempio:

- Pianificare il menu in modo oculato, evitando di acquistare cibi che non verranno utilizzati
 - Mantenere il cibo fresco e conservato correttamente per evitare sprechi dovuti a cibi scaduti o deteriorati
 - Utilizzare tecniche di cucina che consentano di utilizzare le parti meno nobili degli alimenti, ad esempio utilizzando le bucce e le foglie di verdure per preparare brodi o salse
 - Monitorare e registrare gli sprechi per identificare le aree in cui è possibile migliorare e adottare misure correttive
- Inoltre, la donazione di cibo in eccedenza a organizzazioni benefiche può rappresentare una soluzione per evitare gli

sprechi alimentari e aiutare le persone in difficoltà. Ridurre gli sprechi alimentari in ristorazione ha anche un impatto positivo sull'ambiente. Ad esempio, evitando lo smaltimento dei rifiuti alimentari in discarica, si riducono le emissioni di gas serra e si contribuisce a ridurre il costo ambientale dello smaltimento dei rifiuti. In sintesi, la riduzione degli sprechi alimentari nella ristorazione è un'importante scelta sostenibile che contribuisce a ridurre l'impatto ambientale del settore e adottare pratiche di gestione del cibo più responsabili. Ridurre gli sprechi alimentari significa ridurre la quantità di rifiuti prodotti dal ristorante. Ciò può essere ottenuto mediante una migliore pianificazione degli acquisti, la conservazione adeguata degli alimenti, la porzionatura appropriata e l'offerta di opzioni di take-away per gli avanzi. Uso di imballaggi e contenitori sostenibili: gli imballaggi e i contenitori biodegradabili e compostabili riducono l'impatto ambientale dei rifiuti prodotti dal ristorante. Riduzione dell'utilizzo di plastica monouso: sostituire le posate e i bicchieri di plastica con prodotti riutilizzabili, come quelli in vetro o in acciaio inossidabile, riduce l'impatto ambientale della plastica monouso.

c. Uso di energie rinnovabili

L'uso di energie rinnovabili nella ristorazione rappresenta un passo importante verso la sostenibilità ambientale. In particolare, l'adozione di tecnologie di produzione di energia pulita può ridurre l'impatto ambientale del settore, in quanto consente di ridurre le emissioni di gas serra e di utilizzare risorse energetiche sostenibili.

Tra le fonti di energia rinnovabile utilizzate nella ristorazione ci sono:

Pannelli solari: l'installazione di pannelli solari per produrre energia termica ed elettrica può rappresentare una soluzione per ridurre il consumo di energia tradizionale e ridurre le emissioni di CO₂.

Eolico: l'installazione di turbine eoliche può rappresentare una soluzione per produrre energia pulita e sostenibile.

Biomassa: l'utilizzo di biomassa come combustibile per la produzione di energia può rappresentare una soluzione per ridurre l'uso di combustibili fossili e le relative emissioni di gas serra.

Oltre all'uso di fonti di energia rinnovabile, la ristorazione può adottare anche altre soluzioni sostenibili, come l'uso di elettrodomestici ad alta efficienza energetica, la gestione efficiente dell'illuminazione e la sensibilizzazione dei clienti sui temi della sostenibilità ambientale.

In sintesi, l'uso di energie rinnovabili nella ristorazione rappresenta un importante passo verso la sostenibilità ambientale del settore, in quanto consente di ridurre l'impatto ambientale del processo di produzione di energia e di utilizzare risorse energetiche sostenibili.

d. Un piatto capace di conciliare tradizione e impatto ambientale

Ecco un esempio di piatto che concilia la tradizione culinaria con l'impatto ambientale ridotto:

Piatto principale: **Ravioli di ricotta e spinaci con burro e salvia**

Ingredienti:

250 g di farina tipo 00	50 g di burro
2 uova	Foglie di salvia fresca
250 g di spinaci freschi	Sale e pepe nero
200 g di ricotta fresca	

Procedimento:

In una ciotola, mescolare la farina e le uova fino a formare un impasto liscio. Avvolgere in pellicola trasparente e mettere in frigo per 30 minuti.

Lavare gli spinaci e sbollentarli per 2-3 minuti in acqua salata. Scolarli e tritarli finemente.

In una ciotola, mescolare gli spinaci con la ricotta e aggiungere sale e pepe nero a piacere.

Stendere la pasta sottile e formare i ravioli, riempiendoli con la miscela di ricotta e spinaci.

In una padella, far sciogliere il burro a fuoco medio e aggiungere le foglie di salvia fresca. Continuare a cuocere finché il burro non inizia a dorarsi leggermente.

Cuocere i ravioli in acqua salata bollente per 2-3 minuti, finché non galleggiano in superficie. Scolarli e aggiungerli alla padella con il burro e la salvia, facendoli saltare per un paio di minuti.

Questo piatto rappresenta una versione tradizionale e sostenibile dei ravioli di ricotta e spinaci. Gli spinaci sono un ingrediente di stagione e di provenienza locale, il che riduce l'impatto ambientale del trasporto e della produzione di alimenti fuori stagione. Inoltre, la ricotta fresca può essere acquistata da produttori locali e di qualità, garantendo una scelta sostenibile. Infine, l'utilizzo del burro e della salvia fresca come condimento è un'alternativa sostenibile e gustosa rispetto a salse più complesse e costose.

TIPOLOGIA C – NUCLEO TEMATICO 8 Indirizzo: Enogastronomia

Per quali motivi, a tuo avviso, il valore delle tradizioni enogastronomiche regionali ha assunto negli ultimi decenni un'importanza sempre maggiore nell'ambito della promozione del "made in Italy".

- Quali sono le norme che garantiscono la qualità dei prodotti tipici di un territorio?
- Quali sono i vantaggi nutrizionali dell'uso di prodotti tipici del territorio?
- Infine, scegli un piatto tipico della tua regione, descrivilo ed elabora una scheda che riporti ingredienti, preparazione e attrezzature, modalità di servizio e vino in abbinamento con temperatura di servizio e bicchiere. Motiva le scelte che hai effettuato.

Svolgimento**a. Il valore delle tradizioni enogastronomiche regionali**

Negli ultimi decenni, il valore delle tradizioni enogastronomiche regionali italiane ha assunto un'importanza sempre maggiore nell'ambito della promozione del "made in Italy" per vari motivi. Innanzitutto, l'enogastronomia è diventata un'importante fonte di reddito per l'Italia, in quanto molti turisti scelgono il nostro Paese proprio per la sua eccellente tradizione culinaria e vitivinicola. Ciò ha portato ad una maggiore valorizzazione delle produzioni locali, e alla creazione di percorsi enogastronomici che valorizzano la diversità e la ricchezza del patrimonio culinario italiano. Inoltre, la valorizzazione delle tradizioni enogastronomiche regionali è importante anche dal punto di vista culturale. La gastronomia italiana è un elemento essenziale dell'identità culturale del nostro Paese, che racchiude al suo interno un patrimonio storico e culturale di inestimabile valore. La promozione delle tradizioni culinarie regionali contribuisce dunque a preservare e promuovere la nostra cultura, le nostre radici e le nostre tradizioni.

Infine, la valorizzazione delle tradizioni enogastronomiche regionali è importante anche dal punto di vista ambientale e sociale. La promozione di prodotti locali e di filiere corte consente di ridurre l'impatto ambientale legato alla produzione e al trasporto di alimenti, e di promuovere un'economia più sostenibile e a misura d'uomo.

b. Quali sono le norme che garantiscono la qualità dei prodotti tipici di un territorio?

Le norme che garantiscono la qualità dei prodotti tipici di un territorio possono variare a seconda del Paese o della Regione. Tuttavia, ci sono alcune linee guida generali che spesso vengono seguite per garantire che i prodotti tipici siano di alta qualità e autentici. In generale, le norme che garantiscono la qualità dei prodotti tipici includono:

Regolamenti sulla produzione: molte Regioni hanno regolamenti specifici che regolano la produzione dei prodotti tipici. Questi regolamenti possono includere restrizioni sulla zona di produzione, sulle materie prime utilizzate, sulle tecniche di produzione, sulla stagionatura, sulle fasi di lavorazione e sulla conservazione dei prodotti.

Certificazione di qualità: molti prodotti tipici sono certificati da organismi terzi indipendenti che garantiscono che i prodotti siano prodotti nel rispetto dei regolamenti specifici. Ad esempio, in Italia, i prodotti tipici possono essere certificati con il marchio DOP (Denominazione di Origine Protetta) o IGP (Indicazione Geografica Protetta).

Controllo della qualità: i produttori di prodotti tipici spesso utilizzano tecniche di controllo della qualità per garantire che i loro prodotti siano sempre di alta qualità e che rispettino le norme specifiche. Questi controlli possono includere test chimici, sensoriali e microbiologici.

Etichettatura: i produttori di prodotti tipici devono fornire informazioni accurate e trasparenti sui loro prodotti, inclusa l'origine, gli ingredienti, le tecniche di produzione e la conservazione. In molti casi, le etichette dei prodotti tipici includono anche il marchio di certificazione.

In generale, le norme che garantiscono la qualità dei prodotti tipici di un territorio sono progettate per proteggere e preservare la tradizione e la cultura locale, garantire la sicurezza alimentare e promuovere l'innovazione e lo sviluppo sostenibile delle produzioni locali.

c. Quali sono i vantaggi nutrizionali dell'uso di prodotti tipici del territorio?

L'uso di prodotti tipici del territorio può offrire diversi vantaggi nutrizionali. In generale, i prodotti tipici tendono ad essere più freschi e meno trasformati rispetto ai prodotti industriali, il che significa che possono essere più nutrienti e salutari. Inoltre, i prodotti tipici spesso hanno un alto valore nutrizionale, essendo ricchi di vitamine, minerali e antiossidanti.

Ecco alcuni vantaggi nutrizionali dell'uso di prodotti tipici del territorio:

Maggiore freschezza: i prodotti tipici del territorio sono spesso coltivati e prodotti localmente, il che significa che sono più freschi e meno trasformati rispetto ai prodotti industriali. La freschezza dei prodotti può aiutare a preservare i nutrienti essenziali, come le vitamine e i minerali.

Minori quantità di additivi e conservanti: i prodotti tipici del territorio spesso non necessitano di conservanti o additivi chimici per preservarli, poiché sono freschi e venduti localmente. Questo significa che si possono evitare gli effetti negativi associati all'uso di sostanze chimiche nei prodotti alimentari, come allergie o intolleranze.

Maggiori quantità di nutrienti: i prodotti tipici del territorio possono contenere maggiori quantità di nutrienti essenziali come vitamine, minerali e antiossidanti. Ad esempio, le verdure e la frutta locali raccolte al momento della loro maturazione possono contenere più vitamine e antiossidanti rispetto a quelli raccolti precocemente e trasportati da altre Regioni.

Maggiore biodiversità: l'uso di prodotti tipici del territorio può contribuire alla conservazione della biodiversità, garantendo la varietà di colture e di animali nel territorio. Ciò può anche promuovere la diversità alimentare, offrendo una varietà di alimenti che sono nutrienti e gustosi.

In sintesi, l'uso di prodotti tipici del territorio può offrire numerosi vantaggi nutrizionali, tra cui maggior freschezza, minore quantità di additivi e conservanti, maggiori quantità di nutrienti e una maggiore biodiversità.

d. La mia ricetta

Il piatto che ho scelto della mia Regione, la Lombardia, è la "risotto alla milanese". Si tratta di un piatto tipico milanese, a base di riso, burro, cipolla, zafferano e parmigiano reggiano.

Ecco la scheda con gli ingredienti, la preparazione, l'attrezzatura necessaria, la modalità di servizio e il vino in abbinamento:

Ingredienti:

320 gr di riso Arborio	1 litro di brodo vegetale o di carne
1 cipolla bianca	80 gr di Parmigiano Reggiano grattugiato
80 gr di burro	Sale e pepe q.b.
1 bustina di zafferano	

Procedimento:

In una pentola capiente, sciogliere metà del burro e farvi rosolare la cipolla tritata finemente.

Aggiungere il riso e tostarlo per un minuto circa, mescolando continuamente.

Aggiungere lo zafferano sciolto in un bicchiere di acqua calda.

Aggiungere gradualmente il brodo caldo, mescolando delicatamente e continuamente fino a quando il riso sarà cotto.

Aggiungere il parmigiano grattugiato, il resto del burro e mescolare bene.

Assaggiare e regolare di sale e pepe.

Attrezzatura necessaria:

Pentola capiente per la cottura del risotto.	Cucchiaino di legno.
Padella per la cipolla.	Grattugia per il parmigiano.

Modalità di servizio: il risotto alla milanese viene generalmente servito caldo, appena tolto dal fuoco. Si può servire su un piatto fondo o su una ciotola, guarnito con un po' di parmigiano grattugiato e un filo di olio extravergine di oliva.

Vino in abbinamento: il risotto alla milanese si sposa bene con i vini bianchi secchi e morbidi, come il Pinot Grigio, il Soave o il Chardonnay. La temperatura ideale di servizio è intorno ai 12-14°C. Si consiglia di servire il vino in un bicchiere di medie dimensioni, tipo il bicchiere da Chardonnay.

Motivazioni delle scelte: ho scelto il risotto alla milanese perché è uno dei piatti più rappresentativi della mia Regione e anche uno dei più conosciuti all'estero. Ho optato per l'utilizzo di ingredienti semplici e genuini, come il riso Arborio, lo zafferano, il parmigiano e il burro, per garantire la massima autenticità del piatto. Ho scelto anche il brodo vegetale o di carne per dare al piatto un sapore più intenso e corposo. Per quanto riguarda il vino, ho scelto un bianco secco e morbido per bilanciare il sapore delicato del risotto e ho suggerito di servirlo a una temperatura fresca ma non troppo fredda, per permettere di apprezzarne tutti gli aromi e i sapori.

TIPOLOGIA D

TIPOLOGIA D – NUCLEO TEMATICO 4 Indirizzo: Sala e vendita

L'Italia ha una lunga tradizione nella produzione di vino, con molte Regioni che producono varietà uniche e distintive di vino. Il vino italiano è apprezzato in tutto il mondo per la sua qualità, la sua tradizione e la sua varietà ed è sicuramente uno dei prodotti più importanti del "made in Italy", rappresentando un'eccellenza del nostro Paese anche se il primato del fatturato è ancora della Francia (vedi Doc. 1).

- a. Come sono classificati i vini nell'UE?
- b. Come avviene la vinificazione dei vini rossi?
- c. Come vengono serviti?
- d. Immagina di preparare un piatto particolarmente adatto a un grande vino rosso italiano, quale ricetta sceglieresti?
- e. Quali sono le caratteristiche nutrizionali del vino e perché va bevuto con moderazione?

DOCUMENTO 1

Con 50,27 milioni di ettolitri di **vino** l'Italia mantiene il primato produttivo mondiale, e fa segnare un incremento del 3% rispetto alla media del quinquennio 2017-2021, ma il primato mondiale di fatturato rimane ancora in casa francese. [...] L'**Osservatorio Assoenologi, Ismea e Uiv** presenta la **classifica** delle **regioni** italiane per produzione di vino, capeggiata dal Veneto nonostante il calo del 3% e che, con 11,5 milioni di ettolitri, produce da solo oltre un quinto del vino italiano. Seguono Puglia ed Emilia Romagna con, rispettivamente, 10,6 e 7,4 milioni di ettolitri, per un prodotto complessivo delle tre regioni pari al 59% dell'intero vigneto italiano. Importante flessione della Lombardia (-20%), seguita da quella più moderata del Piemonte (-9%) e della Liguria (-5%), mentre si stima in crescita la Valle d'Aosta (+10%). A **Nord Est** segnalate in recupero rispetto allo scorso anno sia Trentino Alto Adige (+10%) che Emilia Romagna (+4%), mentre perdite di lieve entità potrebbero esserci in Veneto (-3%), con il Friuli Venezia Giulia sostanzialmente stabile. Al **Centro** si assiste al deciso rialzo dei volumi per Umbria (+10%) e Toscana (+12%), seguito da un più moderato aumento nelle Marche e nel Lazio, entrambe a +5%. Al **Sud** il lieve incremento della Puglia (+3%) si contrappone alla leggera flessione della Sicilia (-5%); si prevede una produzione stabile per l'Abruzzo, il Molise e la Calabria. In crescita anche Campania (+4%), Sardegna (+15%) e Basilicata (10%). In tema **qualità**, secondo l'Osservatorio Assoenologi, Ismea e Uiv, si aspettano vini eccellenti in Trentino Alto Adige e Sicilia, mentre puntano l'asticella sull'"ottimo" Piemonte, Valle d'Aosta, Friuli Venezia Giulia, Toscana, Lazio, Umbria, Abruzzo, Molise, Puglia e Sardegna, con Liguria, Emilia Romagna, Marche, Campania, Basilicata e Calabria più caute su previsioni "buone/ottime".

(Fonte: [hiips://agronotizie.imagelinenetwork.com](https://agronotizie.imagelinenetwork.com))

Svolgimento

a. Qual è la classificazione dei vini nell'UE

Il regolamento CE 479/2008 è la normativa europea che stabilisce la classificazione dei vini e le regole per la loro produzione e commercializzazione nell'Unione Europea. Il regolamento definisce i tipi di vino, le loro caratteristiche organolettiche, le aree geografiche di produzione e le pratiche enologiche ammesse.

Il regolamento prevede anche la classificazione dei vini in base all'area geografica di produzione e alla denominazione di origine protetta (DOP) o all'indicazione geografica protetta (IGP). Inoltre, sono previste regole rigide per le pratiche enologiche ammesse, tra cui l'aggiunta di zucchero, acidi e altri additivi, il tipo di contenitori utilizzati per la fermentazione e l'invecchiamento, e la gradazione alcolica dei vini.

In sintesi, il regolamento CE 479/2008 stabilisce la classificazione dei vini in base alle loro caratteristiche organolettiche, alla loro area geografica di produzione e alle pratiche enologiche ammesse, allo scopo di garantire la qualità e l'autenticità del prodotto e di proteggere i produttori dai falsi e dalle imitazioni.

b. Come avviene la vinificazione dei vini rossi

Le tecniche di vinificazione si caratterizzano in funzione del prodotto che si vuole ottenere, distinguendosi in vinificazione in rosso, vinificazione in bianco e vinificazione in rosato. La vinificazione in rosso è il processo attraverso il quale le uve rosse vengono trasformate in vino rosso. Ecco i passaggi principali della vinificazione in rosso.

Vendemmia: le uve vengono raccolte e trasportate alla cantina per essere lavorate.

Diraspatura e pigiatura: le uve vengono diraspate per rimuovere i gambi e quindi schiacciate per estrarre il mosto.

Fermentazione: il mosto viene lasciato fermentare in recipienti di acciaio inox, cemento o legno, con l'aggiunta di lieviti naturali o selezionati per convertire gli zuccheri in alcol. Durante la fermentazione, il mosto viene mantenuto a una temperatura controllata tra i 25 e i 30 gradi Celsius per favorire l'estrazione dei colori, degli aromi e dei tannini dalle bucce.

Macerazione: durante la fermentazione, il mosto rimane in contatto con le bucce per un periodo variabile, solitamente tra i 7 e i 30 giorni, a seconda del tipo di uva e del vino che si vuole ottenere. Durante questo periodo, l'alcol prodotto dalla fermentazione dissolve i pigmenti presenti nelle bucce, dando al vino il suo caratteristico colore rosso. Inoltre, i tannini, i polifenoli e gli aromi presenti nelle bucce vengono estratti e conferiscono al vino struttura, corpo e complessità.

Svinatura: alla fine della fermentazione e della macerazione, il vino viene separato dalle bucce e posto in recipienti di stoccaggio o di affinamento.

Affinamento: il vino rosso viene affinato in botti di legno, botti di acciaio inox o in bottiglia, a seconda del tipo di vino e delle preferenze del produttore. Durante l'affinamento, il vino matura e sviluppa ulteriormente i suoi aromi e i suoi sapori, diventando più complesso ed equilibrato.

Filtraggio e imbottigliamento: il vino viene filtrato per rimuovere le particelle in sospensione e quindi imbottigliato.

La vinificazione in rosso richiede attenzione e cura durante ogni fase del processo per produrre un vino rosso di alta qualità, con il giusto equilibrio di colore, aroma e sapore.

c. Come viene servito il vino rosso?

Il vino rosso può essere servito a temperatura ambiente o leggermente fresco, a seconda delle preferenze personali e delle caratteristiche del vino. In generale, la temperatura di servizio ideale per i vini rossi si aggira intorno ai 16-18°C, ma ci sono alcune eccezioni.

Ecco alcune linee guida per servire il vino rosso.

Aprire la bottiglia e lasciare il vino respirare per qualche minuto, in modo che si ossigeni e sviluppi i suoi aromi.

Verificare che il vino sia alla temperatura corretta. Se il vino è troppo caldo, si può mettere in frigorifero per 10-15 minuti prima di servirlo. Se è troppo freddo, si può lasciare la bottiglia fuori dal frigorifero per qualche minuto.

Versare il vino rosso in un bicchiere adatto, che permetta ai suoi aromi di esprimersi al meglio.

Esistono diversi tipi di bicchieri per il vino rosso, ma in generale i bicchieri più adatti per apprezzare al meglio i vini rossi sono quelli con una forma ampia e rotonda, che consentono una buona ossigenazione del vino e permettono ai suoi aromi di diffondersi in modo ottimale. I bicchieri per il vino rosso hanno in genere una forma a tulipano o a ballon. Ecco alcuni dei bicchieri per il vino rosso più comuni.

Bicchieri Bordeaux: è un bicchiere grande e ampio, con una forma a tulipano allungata. È adatto per i vini rossi robusti, come il Cabernet Sauvignon e il Merlot, e consente una buona ossigenazione del vino.

Bicchieri Borgogna: ha una forma più ampia rispetto al bicchiere Bordeaux, con un'ampia coppa e un bordo svasato. È adatto per i vini rossi più delicati e profumati, come il Pinot Noir.

Bicchieri da vino rosso universale: ha una forma intermedia tra il bicchiere Bordeaux e il bicchiere Borgogna, con una coppa più ampia rispetto al bordo. È adatto per la maggior parte dei vini rossi, in particolare quelli di media struttura.

Bicchieri Zinfandel: ha una forma simile al bicchiere da vino rosso universale, ma con una coppa leggermente più stretta e alta. È adatto per i vini rossi robusti, come lo Zinfandel e il Syrah.

In generale, è importante scegliere un bicchiere che valorizzi le caratteristiche del vino che si sta servendo, ma se si dispone di un solo tipo di bicchiere per il vino rosso, si può optare per un bicchiere da vino rosso universale che si adatta alla maggior parte dei vini rossi.

Osservare il colore del vino contro la luce. I vini rossi tendono ad avere un colore più scuro dei vini bianchi, ma possono variare da rosso rubino a violaceo a marrone-arancione.

Annusare il vino per percepire i suoi aromi. Se il vino è giovane, potrebbe avere note fruttate e floreali, mentre se è invecchiato, potrebbe avere note di legno, cuoio o tabacco.

Assaggiare il vino, facendolo roteare in bocca per assaporare tutti i suoi sapori e aromi. Si può anche valutare la sua struttura, ossia la consistenza e la sensazione che il vino lascia in bocca.

Accompagnare il vino con i cibi giusti. I vini rossi si abbinano bene con piatti di carne, formaggi stagionati, salumi e piatti speziati. Tuttavia, la scelta dipende anche dal tipo di vino rosso e dalle sue caratteristiche.

d. La mia ricetta

Tagliata di manzo al Barolo con purea di patate e funghi trifolati

Ingredienti:

800 g di filetto di manzo	2 spicchi di aglio
1 bottiglia di Barolo	Rosmarino fresco
4 patate grandi	Olio extravergine d'oliva
300 g di funghi champignon	Sale e pepe

Procedimento:

Iniziare preparando la marinata per la carne: versare il Barolo in una ciotola capiente, aggiungere uno spicchio di aglio schiacciato e qualche ago di rosmarino fresco. Mescolare bene e immergere il filetto di manzo nella marinata. Coprire con pellicola trasparente e lasciare marinare in frigorifero per almeno 2 ore.

Nel frattempo, lavare e sbucciare le patate e tagliarle a cubetti. Metterle in una pentola con acqua fredda e portare a ebollizione. Cuocere le patate fino a quando saranno morbide (circa 20 minuti), poi scolarle e schiacciarle con uno

schiacciapate. Aggiungere un filo d'olio extravergine d'oliva, sale e pepe e mescolare bene fino a ottenere una purea liscia.

Pulire i funghi champignon, tagliarli a fette sottili e metterli da parte.

Scaldare una padella antiaderente e cuocere il filetto di manzo su entrambi i lati per circa 3-4 minuti per lato (o a seconda del grado di cottura desiderato). Quando il filetto è cotto, trasferirlo su un tagliere e lasciarlo riposare per qualche minuto.

Nella stessa padella, aggiungere uno spicchio di aglio tritato e i funghi champignon. Cuocere i funghi per alcuni minuti, aggiungere un po' di sale e pepe e togliere dal fuoco.

Tagliare il filetto di manzo a fette sottili e servirlo con la purea di patate e i funghi champignon.

Degustare il piatto accompagnato da un bicchiere di Barolo e godersi l'armonia di sapori e profumi che si uniscono con questa prelibatezza culinaria italiana.

e. Le caratteristiche nutrizionali del vino e le raccomandazioni relative al suo consumo

Il vino è una bevanda alcolica prodotta dalla fermentazione del mosto d'uva ed è composto principalmente da acqua, etanolo e zuccheri. Le caratteristiche nutrizionali del vino possono variare in base al tipo di vino, ma in generale il vino ha un apporto calorico relativamente basso, intorno alle 100-150 calorie per bicchiere. Il vino contiene anche alcuni nutrienti benefici per la salute, come antiossidanti e polifenoli, che possono contribuire a prevenire malattie cardiovascolari e a ridurre l'infiammazione.

Tuttavia, è importante berlo moderatamente e con consapevolezza, poiché l'eccesso di alcol può avere effetti negativi sulla salute. L'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) raccomanda di limitare il consumo di alcol a un massimo di 2 bicchieri al giorno per gli uomini e 1 bicchiere al giorno per le donne.

Inoltre, il consumo eccessivo di alcol può aumentare il rischio di malattie come il cancro, le malattie epatiche, il diabete e l'obesità. Inoltre, bere troppo vino può portare a problemi di salute mentale come l'ansia e la depressione. In sintesi, il vino può essere un'aggiunta piacevole e salutare alla dieta se consumato con moderazione. È importante bere con consapevolezza e responsabilità, evitando di eccedere nelle quantità e di assumere alcol in situazioni pericolose come la guida o l'utilizzo di macchinari pesanti.

TIPOLOGIA D – NUCLEO TEMATICO 7 Indirizzi: Enogastronomia - Accoglienza turistica

Il valore del territorio nella proposta turistica ed enogastronomica è fondamentale poiché il territorio rappresenta un elemento distintivo della cultura e della tradizione di una determinata zona, e costituisce una fonte di attrazione per i turisti interessati a scoprire le peculiarità locali.

- Quali possono essere le strategie più efficaci per la sua valorizzazione?
- Quali forme di ristorazione e di accoglienza turistica si sono sviluppate negli ultimi anni?
- Immagina di poter aprire una tua struttura ricettiva. Quale tipologia sceglieresti? E come organizzeresti la tua offerta?
- Quale prima colazione offriresti ai tuoi ospiti?

Svolgimento

a. Valorizzazione del territorio

La valorizzazione del territorio nella proposta turistica ed enogastronomica può avvenire attraverso una serie di strategie e azioni mirate. Ecco alcuni esempi.

Promozione dell'identità locale: la promozione dell'identità locale attraverso la valorizzazione delle tradizioni e delle peculiarità del territorio, sia in termini di produzione enogastronomica che di cultura e storia, può costituire un fattore di attrazione per i turisti.

Ricerca e selezione dei produttori locali: la selezione dei produttori locali di prodotti tipici e di qualità può costituire una garanzia per i turisti in termini di autenticità e di sapore, e al contempo rappresenta un'opportunità di promozione delle produzioni locali.

Organizzazione di eventi enogastronomici: l'organizzazione di eventi come sagre, degustazioni, mostre e mercati può essere un'ottima occasione per promuovere le produzioni locali e favorire la conoscenza delle tradizioni locali.

Creazione di itinerari turistici enogastronomici: la creazione di itinerari turistici enogastronomici permette ai turisti di scoprire i produttori locali e le eccellenze gastronomiche del territorio, incentivando il turismo slow e la promozione delle produzioni locali.

Collaborazione con i ristoratori locali: la collaborazione con i ristoratori locali può costituire un'opportunità per promuovere i prodotti del territorio, favorendo la diffusione della cultura enogastronomica locale e la valorizzazione delle produzioni locali.

Utilizzo di strumenti di comunicazione e marketing: l'utilizzo di strumenti di comunicazione e marketing adeguati, come siti web, social media, brochure e materiali promozionali, può contribuire a diffondere la conoscenza del territorio e delle sue produzioni enogastronomiche, e a promuovere il turismo enogastronomico.

b. Quali forme di ristorazione e di accoglienza turistica si sono sviluppate negli ultimi anni?

Negli ultimi anni si sono sviluppate diverse forme di ristorazione e accoglienza turistica in grado di valorizzare al meglio il territorio. Ecco alcuni esempi.

Agriturismi: gli agriturismi sono strutture ricettive che offrono ospitalità in fattorie o aziende agricole, permettendo ai turisti di vivere a contatto con la natura e di assaporare i prodotti tipici del territorio.

Bed and Breakfast: i Bed and Breakfast sono strutture ricettive di piccole dimensioni, solitamente gestite da privati, che offrono un servizio di pernottamento e prima colazione in ambienti familiari e accoglienti.

Food Halls: i Food Halls sono spazi pubblici dedicati alla ristorazione che ospitano diversi punti di ristoro di produttori locali, permettendo ai turisti di gustare le specialità locali in un unico luogo.

Street Food: lo Street Food è una forma di ristorazione diffusa in molte città che propone cibo di strada, spesso realizzato con prodotti locali e di stagione.

Cucina creativa con prodotti locali: molti chef stanno utilizzando prodotti locali e di stagione per creare piatti innovativi e di alta qualità, che valorizzano al meglio le eccellenze enogastronomiche del territorio.

Esperienze gastronomiche e turistiche personalizzate: alcune aziende offrono esperienze turistiche e gastronomiche personalizzate, che consentono ai turisti di scoprire le peculiarità del territorio in modo originale e personalizzato.

Osterie e trattorie: le osterie e le trattorie sono luoghi storici della ristorazione italiana, che offrono piatti tradizionali della cucina locale e permettono ai turisti di gustare le specialità del territorio in un ambiente autentico e familiare.

c. La mia struttura

Se avessi un piccolo agriturismo nel cuore di un Parco nazionale, organizzerei la mia offerta in modo da valorizzare al meglio le peculiarità del territorio e delle attività che possono essere svolte all'interno del parco. Ecco alcuni esempi di come organizzerei la mia offerta:

Escursioni guidate: organizzerei escursioni guidate nel Parco nazionale, in modo da far scoprire ai miei ospiti la bellezza della natura e della fauna locale. Le escursioni potrebbero essere fatte a piedi, in bicicletta o a cavallo, a seconda delle preferenze dei miei ospiti.

Attività sportive: potrei organizzare attività sportive all'aperto come rafting, canyoning, arrampicata e kayak, sfruttando i fiumi e i torrenti presenti nel parco.

Cucina con prodotti locali: offrirei ai miei ospiti piatti tipici della cucina locale, utilizzando prodotti a chilometro zero e di stagione. Potrei anche organizzare corsi di cucina per insegnare ai miei ospiti a cucinare i piatti tipici della zona.

Laboratori artigianali: potrei organizzare laboratori artigianali per far conoscere ai miei ospiti le tradizioni e le tecniche artigianali della zona, come la lavorazione del legno, la tessitura o la ceramica.

Osservazione delle stelle: organizzerei serate di osservazione delle stelle, sfruttando la posizione privilegiata del mio agriturismo lontano dalle luci della città.

Relax in natura: offrirei ai miei ospiti la possibilità di rilassarsi immersi nella natura, magari con un'area relax, una piscina o un'area giochi per i bambini.

Pacchetti personalizzati: potrei offrire pacchetti personalizzati, in base alle esigenze dei miei ospiti e alle attività che preferiscono, per garantire un'esperienza unica e indimenticabile nel cuore del Parco nazionale.

d. La prima colazione nel mio agriturismo

Ecco quello che offrirei ai miei clienti:

Prodotti a km 0: prodotti locali e di stagione per preparare la colazione: frutta fresca, yogurt, miele, marmellate e pane fatto in casa.

Bevande calde: selezione di caffè, tè e tisane, per soddisfare i gusti di tutti i miei ospiti.

Dolci e biscotti: dolci e biscotti fatti in casa, utilizzando prodotti locali e di stagione; ma anche crostate e torte rustiche, fatte con frutta fresca di stagione.

Salumi e formaggi: selezione di salumi e formaggi locali, per far conoscere ai miei ospiti le eccellenze gastronomiche della zona.

Uova: uova fresche preparate al momento, in modo che i miei ospiti possano gustare una colazione completa e nutriente.

Succhi di frutta: succhi di frutta freschi, spremuti al momento, per far apprezzare ai miei ospiti la freschezza e il sapore della frutta locale.

Pane e focacce: selezione di pane e focacce locali, preparati con farine di alta qualità e lievitazione naturale, per far apprezzare ai miei ospiti la tradizione e la bontà del pane fatto in casa. Non mancherò, inoltre, di curare anche l'aspetto estetico della colazione, con una presentazione accattivante, che possa stimolare i sensi dei miei ospiti e rendere la colazione un momento ancora più piacevole e indimenticabile.

TIPOLOGIA D – NUCLEO TEMATICO 8 Indirizzi: Enogastronomia - Accoglienza turistica

L'ospitalità è un concetto molto ampio che si riferisce alla capacità di accogliere e ospitare i visitatori in modo accogliente e confortevole. Nel contesto del "customer care", l'ospitalità si riferisce alla creazione di uno spazio comunicativo in cui i clienti si sentono ben accolti e ascoltati.

- Identificare il target della clientela è fondamentale per offrire prodotti e servizi che soddisfino le esigenze e le aspettative dei clienti. Quali sono le buone pratiche per identificarlo?**
- Per soddisfare e fidelizzare la clientela, l'ospitalità dovrebbe concentrarsi sulla qualità dell'esperienza del cliente. In che modo?**
- Immagina di gestire un piccolo agriturismo nelle vicinanze di un caratteristico paese di montagna dell'Appennino, quali azioni metteresti in campo per fidelizzare la clientela?**

Svolgimento

a. Come identificare il target del cliente?

Identificare il target della clientela è fondamentale per offrire prodotti e servizi che soddisfino le esigenze e le aspettative dei clienti nel campo turistico. Le buone pratiche per identificare il target della clientela sono:

Analisi del mercato: valutare i dati statistici relativi al mercato turistico, come la provenienza geografica dei turisti, il loro budget, le loro preferenze, i loro interessi, ecc. Questi dati possono essere reperiti tramite studi di mercato o attraverso le statistiche fornite dalle autorità turistiche.

Analisi della concorrenza: studiare le offerte dei concorrenti per identificare le loro forze e le loro debolezze. Questo permette di individuare eventuali opportunità e di distinguere la propria offerta.

Ricerca online: monitorare i social network e i siti web specializzati per identificare le opinioni e le preferenze dei clienti. In questo modo, è possibile individuare eventuali trend emergenti e capire come adattare la propria offerta di conseguenza.

Interviste e sondaggi: effettuare interviste e sondaggi per raccogliere informazioni direttamente dalla clientela. Questo permette di ottenere feedback dettagliati sui propri prodotti e servizi e di identificare eventuali problemi o opportunità di miglioramento.

Segmentazione di mercato: suddividere il mercato in segmenti omogenei in base a criteri come l'età, il reddito, la provenienza geografica, i gusti e le preferenze. In questo modo, è possibile adattare l'offerta alle esigenze specifiche di ogni segmento e creare prodotti e servizi personalizzati.

Identificare il target della clientela è quindi fondamentale per offrire prodotti e servizi che soddisfino le esigenze e le aspettative dei clienti nel campo turistico. Per identificarlo, è possibile utilizzare una combinazione di analisi del mercato, analisi della concorrenza, ricerca online, interviste e sondaggi, e segmentazione di mercato.

b. Soddisfare e fidelizzare la clientela

Per soddisfare e fidelizzare la clientela, l'ospitalità dovrebbe concentrarsi sulla qualità dell'esperienza del cliente. Ciò significa creare un ambiente confortevole e accogliente, offrire servizi personalizzati e rispondere tempestivamente alle esigenze dei clienti. Ecco alcuni modi per concentrarsi sulla qualità dell'esperienza del cliente.

Accoglienza: dare il benvenuto ai clienti con un sorriso e con un atteggiamento positivo è fondamentale per creare un'atmosfera accogliente e confortevole.

Pulizia e manutenzione: assicurarsi che l'hotel o la struttura di ospitalità siano puliti e ben mantenuti. Ciò significa pulire regolarmente le camere, sostituire la biancheria da letto e da bagno, e assicurarsi che gli impianti e le attrezzature funzionino correttamente.

Personalizzazione: offrire servizi personalizzati in base alle esigenze e alle preferenze dei clienti. Ad esempio, offrire pasti vegani per i clienti che seguono una dieta vegana o offrire un servizio di baby-sitting per le famiglie con bambini piccoli.

Ascolto attivo: ascoltare attentamente le esigenze e le richieste dei clienti e rispondere tempestivamente alle loro richieste. Ciò significa assicurarsi che il personale sia sempre disponibile e prontamente accessibile.

Offrire attività e servizi extra: offrire servizi e attività extra che possano arricchire l'esperienza dei clienti. Ad esempio,

offrire una piscina, una spa, una palestra, un ristorante con cucina locale, un servizio di noleggio biciclette, e così via. In conclusione, per concentrarsi sulla qualità dell'esperienza del cliente, l'ospitalità dovrebbe creare un'atmosfera accogliente e confortevole, offrire servizi personalizzati, ascoltare attivamente le esigenze dei clienti, offrire servizi e attività extra, e assicurarsi che l'hotel o la struttura di ospitalità siano puliti e ben mantenuti.

c. Immagina di gestire un piccolo agriturismo nelle vicinanze di un caratteristico paese di montagna dell'Appennino, quali azioni metteresti in campo per fidelizzare la clientela?

Se gestissi un piccolo agriturismo nelle vicinanze di un caratteristico paese di montagna dell'Appennino, metterei in campo le seguenti azioni per fidelizzare la clientela.

Offrire un'esperienza autentica: l'agriturismo offre la possibilità di vivere un'esperienza autentica, immersi nella natura e nella cultura locale. Cercherei di valorizzare questo aspetto offrendo ai clienti la possibilità di partecipare alle attività agricole, come la raccolta delle verdure, la preparazione del formaggio, la mungitura delle mucche, e così via.

Creare un'atmosfera rilassante: l'agriturismo dovrebbe essere un luogo dove i clienti possono rilassarsi e staccare dalla routine quotidiana. Potrei offrire attività come massaggi, yoga, e passeggiate nella natura per favorire il benessere dei clienti.

Offrire cibo di qualità: l'agriturismo dovrebbe offrire cibo di qualità, preparato con ingredienti freschi e locali. Potrei offrire ai clienti la possibilità di degustare i prodotti dell'azienda agricola, come il formaggio, la carne, il vino e l'olio.

Organizzare eventi speciali: potrei organizzare eventi speciali, come serate di degustazione, cene tematiche o concerti, per offrire ai clienti una serata diversa e originale.

Mantenere una buona comunicazione: cercherei di mantenere una buona comunicazione con i clienti, rispondendo alle loro domande e ai loro suggerimenti. Potrei inviare email informative sulla destinazione e sull'area circostante e chiedere loro il feedback sul soggiorno.

Fidelizzazione tramite programmi fedeltà: potrei anche creare programmi fedeltà, come offrire sconti e agevolazioni per i clienti che tornano a soggiornare nel mio agriturismo.