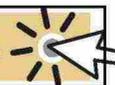


La ristorazione

Clicca e leggi l'articolo sul web



Autrice: **Simona Vitali**

Vietato sbagliare il dessert nella ristorazione

È anche una questione di rispetto

Che sia una **coccola**, diciamo pure un momento di conforto, un **rito** irrinunciabile, nel senso di abitudine radicata, o uno **sgarro calcolato**, magari dopo una settimana di rigore, il momento del dessert al ristorante riveste - per tanti - una sua importante valenza.

Per tutti i motivi sopracitati, e anche di più, chiede almeno pari dignità rispetto agli altri piatti e di conseguenza pari attenzione, cura.

Chi tiene alla propria attività non deve mai dimenticare che la valutazione il cliente la fa sul complesso della proposta, di cui il dessert è parte integrante, "voce" all'interno del menù e non cosa a parte.

Ecco perché porsi la questione di non sbagliare il dessert non deve apparire una frivolezza ma piuttosto far maturare la presa di coscienza che, in questo nostro tempo, ci sono tutti gli strumenti non solo per fare bene ma per migliorare continuamente la propria offerta.

Ne abbiamo parlato con figure che ricoprono ruoli diversi all'interno del mondo dolce e lo fanno ai massimi livelli, ognuno nel proprio, chiedendo loro cosa rilevino a questo proposito, quale sia la loro visione ma soprattutto i loro consigli. Perché tutti, dall'osteria al ristorante di livello, ciascuno secondo la propria natura e le proprie possibili,

rispondano al meglio a questo che a tutti gli effetti è un bisogno da soddisfare.

Denis Dianin, Maestro AMPI, è titolare di una boutique-pasticceria, d&g patisserie di Selvazzano Dentro - PD - (interessante format che vira dal dolce al salato, perché ogni momento della giornata trovi una sua risposta). Ha ideato il brand Invero, che per primo ha portato la vasocottura nel mondo del lievitato dolce. È inoltre consulente per aziende produttrici e trasformatrici che operano nel food service.

"Sono spesso in movimento per lavoro e questo mi consente di fare veri e propri tour enogastronomici. Scelgo ristoranti di un certo livello, stellati e non, ma amo anche locali più semplici che esprimano il territorio. Devo dire che mangio sempre molto bene. Quanto al dessert credo che sia una **questione di aspettativa**. Laddove è alta - vale a dire in quei locali di livello dove si tende a strafare cercando l'effetto wow - mi capita che il dolce, quanto a struttura e qualità, risulti deludente. Laddove invece l'aspettativa non è così alta basta un po' più di ricerca sulla materia prima e qualcosa di rielaborato per restare felicemente sorpreso.



Denis Dianin





Riccardo Bellaera

Oggi come oggi ci sono diversi strumenti e soluzioni per non sbagliare il dessert. Chi ha qualche risorsa economica in più può fare formazione e investire in azienda - cosa che stiamo vedendo all'interno di diversi hotel - coinvolgendo un **pastry chef** che aiuti ad improntare la linea di dessert per piatto, che poi lo staff sarà chiamato a portare avanti. In questo caso c'è un doppio vantaggio: proporre dolci azzeccati e, nel tempo, creare un'indipendenza delle figure dedicate. Altra possibilità è di coinvolgere un **pasticcere** che possa improntare un prodotto da ristorazione, un dessert al piatto più razionale, contemplando magari anche la piccola pasticceria di cui ha padronanza. Bisogna che il ristorante identifichi la propria personalità e in base a questo scelga, fra queste diverse figure, il consulente più adeguato. Negli altri casi invece, ovvero dove non c'è la forza per fare investimenti, è meglio rivolgersi ad una **pasticceria** a cui si può chiedere il prodotto in forma di semilavorato, quindi da assemblare, oppure finito (anche semplici monoporzioni da impiattare e decorare). In ogni modo non bisogna dimenticare che il dolce in termini di marginalità ha il suo peso”.

Riccardo Bellaera, Maestro pasticcere APEI, è Corporate Chef Pastry & Baker di Costa Crociere, cioè colui che detta la linea per l'intera flotta per pasticceria, pane e pasta, recentemente insignito del premio Word Pastry Stars 2023 per mano del Maestro Iginio Massari. Solo l'ultimo di altri importanti riconoscimenti ricevuti negli anni che attestano un'operazione straordinaria: portare la qualità nella quantità, facendo del comparto pasticceria di Costa Crociere il suo fiore all'occhiello. Stiamo parlando della capacità di far uscire 12.000 dessert al piatto al giorno “riuscendo a catturare la golosità delle persone” come ama sottolineare l'intransigente Maestro Massari.

“Un percorso non semplice lungo otto anni, in cui con molta determinazione ho cercato innanzitutto di fare accogliere il mio progetto tanto a chi ci doveva investire quanto a chi ci avrebbe lavorato, riuscendo poco alla volta a guadagnare la loro fiducia. L'errore che spesso si



compie nelle realtà strutturate è quello di non considerare che l'executive chef e l'executive pastry chef sono due figure differenti, perché **differenti sono il mondo della cucina e quello della pasticceria**, per cui uno dei primi passi che ho fatto è stato quello di **creare la posizione**, portando la figura dell'executive pastry chef a livello di quella dell'executive chef, poi ho creato un **food cost solo per la pasticceria**, perché potesse avere tutto quello che serviva per affrontare il progetto (statistiche, l'alta tecnologia, materie prime di assoluta qualità...). A tutt'oggi ci sono cuochi che non capiscono cos'è la pasticceria. Non avendo le conoscenze devono fare quello di cui sono capaci. Piuttosto che servire dessert mediocri è meglio acquistarne degli ottimi pronti per la consumazione, si fa più bella figura. C'è un altro aspetto che tengo sempre presente nel definire i nostri menù ed è il farmi comunicare dai colleghi di cucina cos'hanno in programma per il lunch e per il dinner perché **il dessert non deve andare in contrasto**, ponendosi come quella parte acida che sgrassa, pulisce il palato. E perché la crescita sia tale non bisogna prescindere dalla **formazione**, essendola pasticceria in continuo movimento. La nostra grande forza in questi anni è stata avere a fianco il Maestro Iginio Massari e **Cast Alimenti**, in senso più ampio, dove non ho esitato a mandare in formazione i miei collaboratori. Se ci pensiamo un attimo, con tutto quello che abbiamo a disposizione oggi tra scambi possibili, conoscenze da condividere, libri, lo stesso web con le sue sollecitazioni... beh, sbagliare il dessert non è concesso!

Ci sono poi, le Academy, realtà, che nascono in seno ad aziende produttrici agroalimentari per fare cultura del prodotto e pure formazione. Fra tutte ne abbiamo scelta una, che a nostro avviso rappresenta un modello riuscito di come l'azienda debba prendere per mano i professioni-

sti e supportarli nella loro crescita. Si tratta di **Chocolate Academy di Barry Callebaut**, leader mondiale nella realizzazione di prodotti a base di cacao e cioccolato di alta qualità, che di academie nel mondo ne ha ben 25, in interscambio continuo che potremmo definire con un solo termine: ricchezza.

“Il dessert sta diventando un piatto a tutti gli effetti - riflette **Mattia Rota, Food Service National manager di Barry Callebaut** - ormai costa quanto un antipasto. A questo punto la qualità diventa un obbligo. È provato che un dessert arricchito di cioccolato abbia più appeal di ogni altro dessert ma in realtà ci siamo attrezzati per dare molto di più del solo **prodotto** (che già è un mondo per tutti i marchi e relative caratterizzazioni che vantiamo). Parte fondamentale del nostro lavoro infatti è l'attività che svolgiamo con **Chocolate Academy** per far conoscere l'ancora poco nota materia prima cioccolato e fare formazione a tutti gli effetti attraverso consigli, soluzioni personalizzate, corsi in cui tramettiamo nozioni e ricette ispirazionali...”

“Partiamo dal presupposto - interviene **Diego Poli - Chocolate Academy Horeca Chef** - che la ristorazione, tolti gli stellati, da sempre ha sofferto della mancanza di una figura centrale riguardo il mondo dolce, per cui se in trattoria è la mamma del titolare o magari la moglie a proporre dessert che io definisco autentici, veri, nel ristorante medio-medio/alto viene spesso coinvolto uno chef de partie, magari quello che finisce prima rispetto agli altri, a volte inerpandosi in pericolosi effetti wow. Ecco è a partire da questo scenario che ci siamo strutturati sia con i prodotti che con l'Academy, attenzionando la qualità degli ingredienti e

l'aspetto dell'esecuzione del dessert”.

“Più si sale lungo questa scala di tipologie di ristorazione - si inserisce **Alberto Simionato - Direttore Chocolate Academy** - e più si darà importanza ad aspetti differenti. La signora Anna della trattoria può essere contenta di trovare un buon cioccolato in gocce (più facile da sciogliere) e qualche consiglio per migliorare la sua zuppa inglese nella sua esecuzione e presentazione, mentre allo chef applicato si può fare sperimentare un cioccolato più strutturato, più aromatico, suggerendo varianti di ricette possibili. Addirittura c'è una linea di decorazioni in cioccolato che può abbellire gli impiattamenti ed è contemplata anche la promozione del piatto salato di cioccolato, ad opera dello chef Diego Poli. E per chi proprio non si può dedicare abbiamo una bella proposta di semilavorati.”

Cosa manca? Ci pare che non manchi proprio nulla a tutti i livelli di ristorazione, per premiare chi a fine pasto si concede un dessert. Mettere in corpo calorie inutilmente scoccia, per cui 'vietato sbagliare il dessert nella ristorazione' va letto quindi anche come una forma di rispetto.

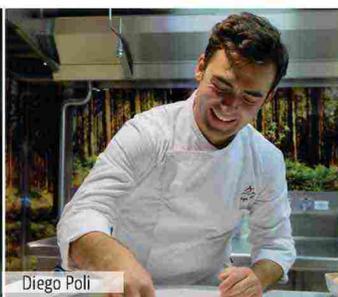
Ti piace
l'argomento?
Approfondisci!



Mattia Rota



Alberto Simionato



Diego Poli

