

"Il pulito in un ristorante non si compra ma si vende", afferma il noto chef Roberto Carcangiu, presidente dell'Associazione Professionale Cuochi Italiani, che aggiunge: "Lavorare in un ambiente pulito ed ordinato aiuta gli operatori psicologicamente a lavorare meglio e di più"

Abbiamo incontrato il presidente dell'Associazione Professionale Cuochi Italiani (APCI), per conoscere meglio la sua associazione e per rivolgergli alcune domande su come "vive" il tema della pulizia e dell'igiene in cucina.

Come è nata la vostra associazione e quali obiettivi si propone?

"L'Associazione Professionale Cuochi Italiani nasce per volontà di Carlo Re, il suo fondatore, che riconosce la necessità per i cuochi italiani di avere un luogo in cui incontrarsi per discutere e confrontarsi su temi legati alla professione ma, soprattutto, per creare spirito di appartenenza e condivisione".

Quali programmi, in particolare, state sviluppando tramite il vostro Centro Studi e la rivista di cui siete editori?

"Vogliamo usare lo spirito associativo per creare valore attraverso: formazione, workshop tecnici, memoria storica della cucina regionale, project work di varia natura e momenti di notorietà per gli associati".

Quale è l'identikit dei vostri associati?

"Andiamo dai 16 agli 80 anni, con professionalità di ogni livello provenienti da tutte le regioni d'Italia. Abbiamo un sistema costruito per far sì che chi possiede professionalità

più avanzate le condivida con gli altri in modo da supportarne la crescita professionale, con un riguardo particolare agli Chef di giovane età".

Possiamo tracciare una panoramica della ristorazione e della cucina italiana? Chi sono i professionisti che possono fregiarsi del titolo di Cuochi?

"A questa domanda purtroppo non si può rispondere in modo 'assoluto' per una serie di motivi. Il principale è che il cliente sceglie ciò che gli piace e ciò determina il fatto che non esista una sola cucina. La

ristorazione italiana, specialmente in questo momento storico, potrebbe essere definita 'a macchia di leopardo' e non necessariamente per la sola responsabilità degli chef. La lista delle caratteristiche che un buon locale dovrebbe avere è lunga e comprende: qualità degli arredi, qualità dell'ambiente, qualità del servizio, buon rapporto qualità-prezzo, tipologia di cibo, qualità della cucina. Un ristorante è fatto 'da esseri umani per esseri umani' che devono essere sì al servizio, ma non servizievoli: solo così viene riconosciuto il 'bello e buono'".

Quale importanza hanno, per voi, la formazione e l'aggiornamento professionale di chi pratica la professione?

"Per APCI la formazione è fondamentale. La tradizione non deve mai essere un peso ma solo un punto da cui partire e di cui mantenere le fila. La creatività vera esiste solo quando c'è grande conoscenza. La conoscenza viene

IL PULITO NELLA
ristorazione
È UN PREREQUISITO FONDAMENTALE



sempre dal passato e, quando viene reinterpretata con occhio attuale, diventa futuro”.

Oggi le televisioni ci propongono quotidianamente trasmissioni di successo che hanno per protagonisti chef e aspiranti chef: come valuta questo fenomeno? Può servire a valorizzare la cucina italiana e a promuovere l'educazione alimentare, o servirebbe altro?

“Niente è quasi mai completamente giusto o completamente sbagliato, ma non dimentichiamo che la televisione è finzione per definizione. La cucina è fatta di sensi e per la televisione usiamo solo la vista e l'udito. Questo fa sì che si crei una falsa percezione del sapere gastronomico che, non a caso, ha nella trasmissione per emulazione la sua forza. Credo fermamente che la via corretta stia nella parola 'educazione': è fin dall'asilo che una società impara sia a mangiare che a gestire il cibo ed è nella vita reale che ognuno dovrebbe continuare a farlo”.

Uno dei vostri scopi statutari è la promozione e la realizzazione di iniziative di ricerca, studio, orientamento e valorizzazione dei prodotti alimentari tipici italiani: ce ne vuole parlare?

“Quando si parla di cuochi si è portati a credere che basti cucinare qualcosa. In realtà non è così: basta leggere qualche vecchio tomo di ricette per rendersi conto che la cucina, attraverso i cuochi, segue da sempre la civiltà in trasformazione. Come si può pensare al futuro senza consapevolezza del passato? Se diamo per assodato che il cuoco non crea ma trasforma - rendendo interessante ciò che non lo è e rendendo irriconoscibili gli elementi ad un senso per esaltarli in un altro - capiamo che tutto questo è possibile solo salvaguardando i principali strumenti di lavoro del cuoco: gli ingredienti. In una economia di

Roberto Carcangiu

one





mercato questo è fattibile solo attuando tutte le strategie di utilizzo, studio e comunicazione".

Veniamo ad un tema che sta molto a cuore alla vostra associazione e alla nostra rivista: l'igiene in generale e, in particolare, in cucina. Cosa può dirci in proposito? Quale è il grado di pulizia dei ristoranti italiani?

"Possiamo dire che il grado di pulizia varia per ogni singola attività. Quel che manca non è tanto il sapere che bisogna pulire (cosa peraltro prevista nella legge dai piani di lavoro) ma una sorta di formazione alla pulizia".

Quali sono le problematiche e le criticità con le quali lo chef deve fare i conti a questo proposito?

"Tempo, denaro e, come conseguenza, mancanza di operatori da dedicare".

A suo parere vi è un'adeguata preparazione al riguardo?

"Assolutamente no. Anzi, spesso si tende a credere che vada bene tutto 'tanto è un detersivo come gli altri'. Questa superficialità è data da scarsa cultura ma è anche il risultato di decenni di venditori del settore, che oserei definire 'dubbi'. Ci sono stati momenti in cui un fusto di detersivo veniva venduto ad un prezzo più alto di un piatto cucinato".

Cosa si potrebbe fare per migliorare la qualità igienica delle cucine puntando all'eccellenza, anche a ulteriore garanzia di sicurezza per il cliente? Su quali fronti si potrebbe agire per migliorare la cultura del pulito?

"Formazione, esempi sul campo, prodotti *ad hoc* - sia come prezzo che come utilizzo - per ogni applicazione specifica. Inoltre, trasmissione del concetto di pulito nella ristorazione

come prerequisito e non come atto volontario".

Veniamo alla collaborazione che avete avviato da qualche tempo con Afidamp, l'associazione che raccoglie i produttori italiani di tecnologie per l'igiene: cosa ci può dire al riguardo? Quali progetti intendete sviluppare insieme?

"Sicuramente vogliamo proseguire con la formazione degli operatori per renderli più consapevoli sul cosa, perché e come usare i detersivi. Successivamente, nel mescolare le rispettive conoscenze e professionalità, siamo assolutamente sicuri che nasceranno soluzioni nuove e diverse per problemi antichi".

Vorrei un'ultima sua riflessione sul pulito, un concetto che mi piacerebbe lei declinasse in concreto riferendolo alla sua preziosa attività...

"Entrare in un luogo pulito ha una funzione igienico-sanitaria (prevista anche dalla legge), ma sono soprattutto altre le riflessioni su cui vorrei ci si concentrasse come operatori. Ne elenco alcune: il valore della percezione del pulito nel cliente; la forza che, per sinestesia, il profumo di pulito determina nella percezione della qualità del cibo; il pulito in un ristorante non si compra ma si vende; lavorare in un ambiente pulito ed ordinato aiuta gli operatori psicologicamente a lavorare meglio e di più. In ultimo, consiglio ai colleghi di stare sempre attenti all'effetto-profumo. Se tutti i giorni usi un determinato profumo, dopo alcune settimane non lo sentirai più e solo quando uscirai una goccia di un altro profumo tornerai a stupirti della sua bontà. Allo stesso modo, nel nostro mestiere, il rischio è che tutti sentano la nostra 'puzza' tranne che noi: i piani di lavoro servono proprio a questo, fare la cosa giusta anche se non 'la sentiamo'. ■