



spunti e consigli per la **Ristorazione Professionale**

Anno I, n. 6

Periodico mensile

Giugno 2017

GROSSIMPIANTI
ARREDI ATTREZZATURE E IMPIANTI PER
IL BAR LA RISTORAZIONE ED IL CATERING



Sommario

Largo alla professionalità	pag. 1
Novità e <i>food trend</i>	pag. 2
<i>Rainbow</i> e Grossimpianti	pag. 3
Il decalogo per i clienti	pag. 4
Referenze	pag. 4

Basta con l'improvvisazione Largo alla professionalità

Quotidianamente molti operatori della ristorazione si ritrovano alle prese con problemi di carattere gestionale, di relazioni con i loro clienti e fornitori, ma soprattutto a causa di concorrenti non sempre leali e sempre più agguerriti. Mettiamoci poi anche le norme che cambiano di continuo e, in particolare, le tante criticità spesso insuperabili, soprattutto quando le dimensioni aziendali sono contenute. Per avere e



mantenere un pubblico esercizio di successo, mai come oggi serve sempre più dimostrarsi bravi imprenditori e portatori di competenze diffuse nella gestione e nei campi della merceologia, dell'amministrazione e della comunicazione. Le molteplici problematiche di un'impresa di ristorazione restano però troppo spesso sottovalutate dagli stessi addetti ai lavori, con la conseguenza di generare un forte *turn over* imprenditoriale per via di insuccessi causati anche da un approccio improvvisato e approssimativo al *business*. **Grossimpianti**, come azienda storica nel settore della ristorazione professionale, ritiene di avere l'ambizione - oltre che il dovere - di contribuire a fare in modo che i suoi clienti diventino imprese più solide.

Offre, infatti, una puntuale assistenza ed una politica di servizio che le consente di restare il *partner* affidabile per quanti desiderino crescere nella ristorazione professionale. Tra l'altro, anche questa pubblicazione rappresenta un'occasione per raccontare, informare, incuriosire e segnalare dati e notizie utili, come quella riguardante la spesa delle famiglie che, per la ristorazione, vale oltre 70 miliardi di euro, pari al 35% dell'intera spesa alimentare. In termini di spesa pro-capite, gli italiani spendono in ristorazione circa 1.200 euro l'anno, il 32% in più dei francesi

e il 53% in più dei tedeschi. Per questo all'articolato panorama imprenditoriale che nel settore vede attivi più di 100 mila ristoranti, 157 mila bar, 10 mila ristoranti in agriturismo, 27 mila esercizi *take away* ed altre migliaia di trattorie, pub e altri luoghi non convenzionali, senza considerare quelli che svolgono l'attività di ristorazione come secondaria, occorre affidarsi a *partner* attendibili e operativi nel settore con grande esperienza alle spalle e capacità di assistenza immediata.

Elisabetta Grossi

Dalle “Apette food” agli “gnammers”, chiedendo magari una grazia a “Buddha”

Nel campo della ristorazione, molte tendenze hanno fatto registrare conferme rispetto a quanto già osservato negli anni passati. *Food delivery*, *fast-cas* o *branded restaurants* hanno già trasformato, tanto per fare degli esempi, il panorama della ristorazione di casa nostra. Nuovi

trend, annunciati da qualche tempo a questa parte, sembrano ritenere persino innovativo l'andare indietro nel tempo, puntando l'attenzione sulla rielaborazione di antiche tradizioni, anche se poi a farla da padrone continuano ad arrivare dall'altra sponda dell'Atlantico novità curiose ed interessanti, come le macellerie ve-

getariane, i *freakshake* e i pasti in ciotola. La stagione 2017 offre, infatti, numerose evoluzioni gastronomiche che potreste sperimentare. Vediamone alcune. In contro tendenza stanno nascendo opportunità di ristorazione che potremmo definire *delivery hubs*: cucine in luoghi insoliti e a basso costo, senza sedie né sale, con il solo obiettivo di distribuire pasti di qualità, concentrandosi su un solo tipo di cucina. Esistono, in pratica, attività di ristorazione che portano pasti pronti e da riscaldare sulle scrivanie degli impiegati chini sui propri computer, oppure specialità in un solo piatto – tipo gli spaghetti – che come uno li vuole, gli vengono consegnati dove desidera. Se ci pensiamo, è un fenomeno che nelle grandi città italiane ha già preso la forma delle colorate e fantasiose “*Apette food*”, che magari in futuro sposteranno la fase della vendita sempre più *on line*, per ottimizzare la distribuzione e concentrarsi sulla cucina. Le opportunità per gli amanti del *social eating*, affermatosi in Italia grazie alla popolarità di *Gnammo*, sito che prepara per

chi desidera aprire le porte di casa sua agli

“*gnammers*” (ossia gli iscritti alla sua *social community* sul *web*) permette, ad esempio, a cuochi amatoriali di poter vendere così le proprie creazioni casalinghe. C'è però da fare una precisazione, e chi fa ristorazione professionale lo sa, in Italia il tema è delica-



to dal punto di vista sanitario e legale, anche se non mancano gli *escamotage*. Crescono infatti i rivenditori di *meal kit*, che permettono di realizzare ricette più o meno complesse grazie al contenuto di una box recapitata a casa, persino utilizzando i droni. Dove stiamo andando? Bella domanda e difficile risposta. Si tratta di tendenze, come l'implacabile avanzata delle diete vegetariane o vegane che stanno conducendo a ridurre il consumo di carne in favore di verdure e proteine vegetali, tant'è che nelle grandi città iniziano a

fiorire le macellerie vegetariane: dove i macellai sono in realtà artisti dell'imitazione gastronomica che finiscono per comporre con ingredienti *vegete* hamburger, salsicce, polpette, salumi e persino costolette. Al di là di questo, in certe zone d'Italia la tradi-

zione della classica macelleria - quella vera – ha iniziato a coniugarsi con il ristorante e così, l'arte del taglio della carne finisce per coniugarsi con la creatività di molti giovani chef, decisi a puntar tutto sulla freschezza e la qualità delle carni. Le linee di demarcazione sfumano anche tra la colazione e il

brunch, tant'è che i locali che propongono la *yankee breakfast* oggi la sottopongono sempre più salata, croccante e spesso più piccante del solito. Una tendenza questa che, ormai, sta facendo superare a colazione il classico cornetto con caffè o cappuccino. C'è poi la riscoperta consapevole dell'attenzione agli sprechi e molti chef sono arrivati a proporre verdure o parti di legumi, spesso scartate in passato, come ad esempio le bucce di patata fritte. Ma già le nostre nonne possiamo dire che avevano anticipato questo *trend*, perché sui loro ricettari ottimi spunti erano suggeriti su come proporre a tavola i gambi dei carciofi, i baccelli dei piselli e tante altre verdure e ortaggi ritenuti figli di un “dio minore”. Oggi però il panorama della ristorazione apre anche ai pasti completi in ciotola “*Buddha model*”, modello che spinge a considerare questo sistema perfetto per essere consumato al *desk* davanti al proprio pc. Alla fine dei conti, tutto torna. C'è voglia di nuovo, di reinventare e di creare, e questo è il punto focale del settore, in cui operare oggi ha molto a che fare con la creatività di ogni operatore finale.

Elisabetta Grossi

**Tendenze,
creatività, novità
e gusti per la
nuova stagione**

2017



I sette colori dell'arcobaleno brillano tutti grazie a Grossimpianti

Rainbow è una parola inglese che vuol dire arcobaleno. E l'arcobaleno, oltre ad essere il fenomeno ottico e meteorologico che produce uno spettro quasi continuo di luce nel cielo, quando la luce del Sole attraversa le gocce d'acqua rimaste in sospensione dopo un temporale o magari in una fontana o una cascata, è anche la prima definizione di un importante parco giochi del Centro Italia dove esistono diversi ristoranti – tutti curati e allestiti da Grossimpianti – dedicati alla soddisfazione dei gusti di ogni visitatore. I ristoranti del *Rainbow Magic Land* – questo il nome completo della struttura – possono offrire ai suoi visitatori proposte ristorative di tutto rispetto, come ad esempio cannelloni ricotta e spinaci, margherite al ragù, cotolette di pesce, tranci di pizza e *nuggets* di pollo. Ma la sfida al gusto può continuare con l'imbarazzo della scelta tra la pizzeria "Il Belvedere", il *self service* "Domus Aurea", il ristorante "Il Castello", il *fast food* "BocconDivino" e il bar "La Cambusa". Ma vediamo da vicino le caratteristiche di questi locali *made in Grossimpianti*. Alla pizzeria "Il Belvedere" che con 350 posti interni e 100 posti scoperti esterni si affaccia sul lago, vicino la Baia delle Sirene, un forno a legna in stile Art Decò consente



Il Belvedere

di gustare pizza frita, pizza cotta a legna, primi di carne e pesce, insalate, bistecche e cotolette, variando persino con un menù messicano con *burritos*, *fajitas*, *tacos*, *buffalo*, *chicken wings*, pollo alla diavola e tanto altro. Il tutto da annaffiare con ben cinque tipi di birra alla spina Peroni (Chiara, Rossa, Gran Riserva, *Pilsner* e *St.Benoit Ambrèe*). Adatto sia alle coppie che alle famiglie, questo locale non a caso dispone di fasciatoi e seggiolini per ogni esigenza. Le prelibatezze italiane a pranzo o a cena attendono poi i visitatori presso il *self service* Domus Aurea che, in stile tavola rotonda modello Re Artù e i suoi Cavalieri, offre un abbondante menù con antipasti, primi, secondi di carne e pesce e contorni per ogni gusto. L'attenzione alla cucina senza glutine per celiaci e vegetariani è assicurata, come



Il Castello

anche menù per bambini con pasta al pomodoro, cotoletta e patatine fritte. Ideale per grandi gruppi e famiglie con i suoi 850 coperti, disposti su due grandi sale, ed altri 150 posti esterni ombreggiati alle porte di Camelot, questo *self service* offre anche bevande analcoliche, birre, yogurt, frutta e dolci. Le magie degli chef sono invece il valore aggiunto del "BocconDivino" dove lo stupore per i piatti squisiti è ormai consuetudine. *Special Burger*, *Gourmet Burger* con salsiccia grigliata, il 4 Etti *Burger* o il Doppio *Hamburger* per i coraggiosi, rappresentano le sfide più adeguate per le buone forchette, fermo restando che non mancano proposte *light* con insalate, piatti freddi e macedonie di frutta fresca e, *dulcis in fundo*, pasticceria ben assortita. Questo ristorante dispone di tavoli esterni vicino al bosco delle Streghe, di 450 posti all'interno, con un angolo dedicato ai più piccoli con giochi e gonfiabili e di una nuovissima sala da 90 posti per le feste di compleanno dei bambini. Un vero maniero sul lago è poi il ristorante "Il Castello", al cui interno tra dame e cavalieri si possono gustare menù di pasta, di carne e vegetariani, ed anche qui piatti per celiaci e senza glutine. Tra i 240 posti interni della Sala del Drago, i cortigiani aiutano a scegliere la combinazione migliore, mentre nelle due sale esclusive sotto le torri, gli spazi sono riservati alla prenotazioni di occasioni speciali e i 150 posti nel suggestivo *dehor* sul lago, disponibili invece per ammirare il parco nel suo splendore. È qui che tra buffet all'Italiana con verdure, salumi e formaggi, primi piatti tipici della nostra tradizione come lasagna, ravioli e cacio e pepe, carni come pollo, manzo, salumi e poi formaggi, verdure e insalate diventa possibile riscoprire la magia italiana del gusto con a disposizione una selezione di vini italiani e di birre. "La Cambusa" è poi lo strabiliante bar a disposizione per ogni bevanda e per dolci e gelati. Una bella fatica, ma una grande soddisfazione per Grossimpianti che l'ha resa possibile, e per il *Rainbow Magic Land* che continua a renderla attraente.

di gustare pizza frita, pizza cotta a legna, primi di carne e



Il Domus Aurea

anche menù per bambini con pasta al pomodoro, cotoletta e patatine fritte. Ideale per grandi gruppi e famiglie con i suoi 850 coperti, disposti su due grandi sale, ed altri 150 posti esterni ombreggiati alle porte di Camelot, questo *self service* offre anche bevande analcoliche, birre, yogurt, frutta e dolci. Le magie degli chef sono invece il valore aggiunto del "BocconDivino" dove lo stupore per i piatti squisiti è ormai consuetudine. *Special Burger*, *Gourmet Burger* con salsiccia grigliata, il 4 Etti *Burger* o il Doppio *Hamburger* per i coraggiosi, rappresentano le sfide più adeguate per le buone forchette, fermo restando che non mancano proposte *light* con insalate, piatti freddi e macedonie di frutta fresca e, *dulcis in fundo*, pasticceria ben assortita. Questo ristorante dispone di tavoli



Il BocconDivino

Come aumentare la clientela del proprio locale? Ecco il nostro decalogo

Il fatturato nella ristorazione è un valore imprescindibile per tutte le aziende e ovviamente è legato al numero dei clienti. La fidelizzazione di quelli esistenti e la ricerca di nuovi lo fa crescere, ma la domanda è: come si può ampliare il numero dei propri? Proviamo a vederlo insieme. Il primo elemento da considerare è che nel settore della ristorazione la concorrenza è forte, ma questo non è da considerare un elemento solo negativo, perché ogni giorno da questa concorrenzialità competitiva viene fuori comunque la possibilità di interfacciarsi con tanti professionisti e, da qui, l'ulteriore possibilità di raccogliere spunti utili e interessanti. Adottarli può anche sembrare banale, ma se perseguiti nella quotidianità possono rappresentare un'importante leva di contatto con la clientela. Prima cosa da dire è che, purtroppo, oggi la sola cucina di ottimo livello non basta più. Ragion per cui abbiamo tentato di buttar giù un decalogo che speriamo possa essere utile. Quando si accoglie la prenotazione del cliente, spesso questa avviene per telefono e allora bisogna saper rispondere in tono educato e professionale. Già questo può essere un ottimo biglietto da visita. Se invece la prenotazione arriva via *email*, mai dimenticare

la gentilezza e rispondere sempre in modo chiaro e preciso. Il secondo passo riguarda invece l'accoglienza dei clienti. Sono loro ad entrare in casa nostra e trattandosi di un momento cruciale, bisogna essere cordiali, accompagnare le persone ai tavoli e,

possibilmente, dar loro qualche minima informazione sul nostro locale, facendo bene attenzione a presentare le proposte del menù in modo adeguato. In sala, i camerieri rappresentano la forza vendite dell'azienda ed è fondamentale che siano preparati ed aperti al dialogo ed ai consigli. Ogni menù deve essere raccontato e presentato in modo empatico, così da stabilire subito una relazione con il cliente e

un menù statico, non rinnovato, non attrae la clientela. È vero che deve contenere i "piatti forti" della cucina, ma anche novità che stimolino la curiosità. Chi opera nella ristorazione, sa che cambia velocemente e tante sono le novità che possono venire proposte. La sala è poi l'altro strumento di *self marketing* e, per questa ragione, può essere un luogo polivalente e presentarsi come un

ambiente ideale per eventi non solo legati al cibo, ma anche a presentazioni di libri, di piccoli concerti, di degustazioni particolari di vino o birre e altre attività "di contorno". Estendere insomma il ventaglio dell'offerta può diventare il valore aggiunto di un locale, ma anche un modo per puntare, ad esempio, sul *brunch*, sul *banqueting*, il *catering* o la pizzeria, incrementando persino la produzione di pietanze d'asporto. La comunicazione di tutto quello che intenderete proporre, è poi fondamentale sui *social network*, ottimo strumento da sfruttare ma in modo adeguato e dedicandoci il tempo necessario. Aprirsi poi a collaborazioni può dare ottimi frutti, come offrire servizi personalizzati, come garantire una *baby sitter* a chi ha bimbi piccoli, tavoli condivisi ai *single*, ai professionisti il *wi-fi* o ai clienti con animali uno spazio dedicato. Troppo lavoro? Non avete tempo? Se ci provate i risultati arrivano e la creatività non costa nulla, basta esercitarla ogni giorno. Provare per credere.

Elisabetta Grossi



non come spesso accade buttato sul tavolo senza alcuna spiegazione. Ogni cameriere deve, inoltre, essere informato sulle intolleranze e dare adeguate informazioni per garantire ad ogni cliente consumazioni senza sorprese. Sul menù è d'obbligo dire che va sistematicamente rinnovato. Avere



-  Sede Legale: **FROSINONE** 03100 Via Casilina Nord, Km 82,100 n.153
tel. 0775 270.800 r.a. - fax 0775 270.810
-  Sede di: **LATINA** 04100 Via Piave, 8 tel. e fax 0773 690.699
-  Sede di: **ROMA** 00199 Via Leoncavallo, 27
tel. (06) 86399364 - fax (06) 92931806

Testata giornalistica n. 3609/16 del 7.12.2016 – Registro della Stampa presso il Tribunale di Frosinone

Direttore Responsabile: Maurizio Lozzi

In redazione: Elisabetta Grossi

Editore: Grossimpianti S.r.l. – Via Casilina Nord 153 – 03100 Frosinone

per contattare la redazione: social@grossimpianti.it