

# Tipicità, la parola alla sala

RACCONTARE,  
MOSTRARE, ESALTARE  
E QUALIFICARE. ECCO  
COME SI TRATTANO  
I PIATTI TRADIZIONALI.

**S**empre più spesso espressioni come "giacimenti enogastronomici" rimangono solo parole sui libri di qualche esperto o redattore di rivista gastronomica. Anche nella realtà ristorativa troviamo situazioni di poco dissimili: leggiamo dichiarazioni come "cucina tipica" o "prodotti del territorio" ma poi, in realtà, il tutto si sostanzia nella solita preparazione regionale, ormai riproducibile e riprodotta ovunque. Ma chi vuole davvero differenziarsi con i prodotti tipici, come può fare?

## Legami col territorio

Prima di tutto occorre capire "perché" conviene farlo, poi "come" farlo. Il perché è semplice: nella giungla della ristorazione internazionale, dove è difficile conoscere i prodotti e la loro provenienza, e dove il valore vero può essere data solo dall'originalità, dalla tipicità

## CICLO VIRTUOSO



e dall'identità, ciò che differenzia un ristorante da un altro sono solo due elementi: l'alto livello di internazionalizzazione o, al contrario, l'alto legame col territorio. Tutto ciò che è mediano è comune, tutto ciò che è comune ha molti competitor in ogni località. Naturalmente (può sembrare una banalità) utilizzate davvero prodotti tipici e locali!

Il come: per differenziarsi non basta indicare, nella propria insegna o sul materiale promozionale, la dicitura di ristorante tipico. Serve molto di più, e il tutto si gioca nel servizio in sala. ■ **Il menu.** Il vostro menu potrà contenere diversi piatti ma ciò che è tipico va proposto a voce o con una carta del giorno. Del giorno, non della settimana! Non si può pensare a qual-

cosa di tipico, che per molti clienti fa rima con fresco, se la carta rimane la stessa per diversi giorni. Le preparazioni, per ovvi motivi, possono essere le medesime, ma ogni giorno vanno proposte come fossero un'esclusiva, i prodotti una primizia, che solo da voi è possibile trovare.

■ **La presentazione.** A volte proporre non basta, bisogna mostrare. Se il palato degli ospiti non può ancora gustare, gli occhi certamente sì. Quindi se avete prodotti freschi, come funghi appena raccolti, o pescato locale, o ancora un taglio di sanato piemontese, allora prima ancora di proporli a voce, passate alla tecnica del "vedo e approvo". Presentateli su un bel vassoio direttamente al tavolo. Bastano trenta secondi per il-

lustrare i prodotti tipici "che oggi siamo riusciti ad avere": esclusività e freschezza in un solo colpo.

■ **Il racconto.** Un prodotto tipico può essere più raro e può costare più di un prodotto normale, e ciò può essere accettato dal cliente ma occorre spiegare il perché. Imparate sempre a raccontare il prodotto che usate, le tradizioni legate ad esso, la sua storia e come lo lavorate. Ricordate che un buon racconto genera interesse, e spesso si trasforma in acquisto.

■ **Leccellenza.** Abbinare al menu un folder con la presentazione dell'allevamento locale dal quale si acquista la carne, con l'illustrazione del ciclo di produzione, del metodo di allevamento, etc. Un tocco in più per garantire e palesare il

valore di quel prodotto. Queste azioni possono essere supportate anche da altre, che rafforzano l'identificazione del ristorante con il territorio. Due esempi.

■ **I vini.** Chi vuole identificarsi con le produzioni del territorio può fare una scelta coraggiosa, ma sicuramente interessante, che è quella di avere una carta di soli vini regionali. È una soluzione ideale per i ristoratori con clientela prevalentemente non residente.

■ **Le informazioni.** All'ingresso del ristorante è utile mettere a disposizione degli ospiti materiale informativo delle aziende fornitrici dei prodotti locali.

Troppo complesso? Provate a selezionare un prodotto di qualità, difficilmente acquistabile sul mercato, e a proporlo seguendo lo schema sopra indicato. Solo così, da come rispondono a questa "tentazione" i vostri ospiti, riuscirete a capire se è giunto il momento di virare verso questo tipo di proposta.



Massimo Feruzzi,  
amministratore delegato di  
JFC Tourism & Management  
e di World Tourism  
Network (pag. 98)

## VALORIZZARE

Per una buona valorizzazione e vendita dei prodotti tipici è necessario che tutto il personale di sala li conosca per proporli adeguatamente.

### Illustrazione

Ogni volta che viene inserito un nuovo prodotto nel paniere delle offerte del ristorante, è importante che il persona-

le di sala sappia esattamente cosa sta servendo. È necessario procedere a un briefing di presentazione sulle qualità del prodotto, la sua provenienza, le sue caratteristiche.

### Visita diretta

È utile che il personale di sala abbia visione diretta di come avvengono i processi

produttivi. Una visita di un paio d'ore in azienda permette a tutti di ottenere informazioni essenziali per svolgere bene il proprio lavoro.

### Incontro con il produttore

In occasione della visita, se viene effettuata in azienda, o grazie all'invito che può essere rivolto al produttore presso

il ristorante, è utile creare un contatto diretto di conoscenza tra il personale e il produttore.

### Degustazione

Fate sempre assaggiare il prodotto ai vostri collaboratori. È la maniera più immediata e produttiva per farli diventare perfetti venditori.