



### Roberto Carcangiu

presidente Apci, Associazione professionale Cuochi Italiani

## VERSO NUOVI MODELLI DI BUSINESS

**N**on esiste il cuoco artista, esiste l'artigiano in cucina. In tutti i mestieri artigianali c'è un punto in cui tutto si evolve e si diventa talmente grandi per il mercato che si è costretti a trasformarsi in industria. Pensiamo alla sartoria, alle calzature, al mondo dell'oro e dei gioielli. La ristorazione sta andando definitivamente in quella direzione. O meglio: ancora un decennio di transizione, poi ci ritroveremo con due ristorazioni. Una ad altissimo livello con ristoranti esperienziali per ricchissimi, come abiti visti in passerella alle sfilate di moda - pure dimostrazioni di forza per il mercato. L'altra ristorazione sarà industriale e con cibi che oggi non sono ancora conosciuti. Verosimilmente i cuochi si occuperanno soltanto dell'ultimo miglio: finiranno pietanze già quasi pronte - penso a cibi confezionati con un codice a barre sopra e forni ad alta tecnologia che li preparano, leggendo la "ricetta" dal codice stesso. Il vero operatore di valore diventerà il cameriere-operatore di sala perché sarà lui che "venderà" il piatto. D'altronde è sempre stato la versione antica del marketing: creava lui la fidelizzazione del cliente e oggi la storia si ripete.



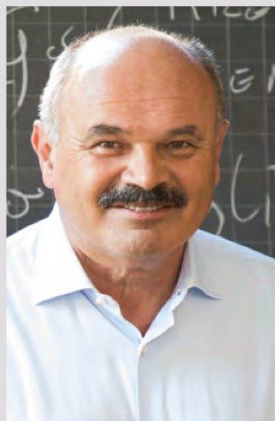
## L'imprenditore

### Oscar Farinetti

fondatore di Eataly

Quello che sopravviverà è la specializzazione. I ristoranti tematici, di pesce, di carne, vegetariani hanno notevolmente migliorato il loro modo di parlare al cliente e hanno segnato un momento di svolta. "Vado lì perché voglio poter scegliere il meglio delle proposte di quel genere alimentare". Ultimamente vedo nascere gli "avocado bar", le "tosterie", i posti in cui mangiare solo "jacket potatoes", oppure le risotterie in cui il cliente non legge lo spiacevole "minimo due porzioni" sul menu. Per quanto riguarda i ristoranti italiani all'estero il formato vincente sarà la specializzazione regionale: cucina italiana del Piemonte, dell'Emilia, della Campania, e questo grazie alla nostra incredibile biodiversità sempre più nota e apprezzata nel mondo. E poi immagino un self service assistito in un ambiente molto bello, arredato con gusto, accogliente, con una cucina basata su materie prime di alta qualità e ben raccontate da personale molto competente.

Massimo Sestini



### Massimo Feruzzi

consulente e amministratore unico Jfc

## DAL MERCATO AL LOCALE BRANDIZZATO

**L**a tendenza dei ristoranti ad aggregarsi a luoghi non convenzionali è un primo fenomeno su cui puntare l'attenzione: penso alle macellerie, gastronomie gourmet ed enoteche che si allargano e offrono il servizio ristorazione, comunque legato ad una attività primaria diversa. Questa secondo me è una tendenza in forte crescita. Sono luoghi dove già c'è commercio di prodotti alimentari, e a cui si aggiunge l'attività di piccola o media ristorazione con pochi coperti, spesso di alto livello: nascono prima di tutto per far degustare i propri prodotti innalzando le vendite, ma si è visto che portano ricavi interessanti oltre a visibilità e attrattività. Non solo questo trend sopravviverà, ma crescerà. Un altro fenomeno sarà quello della veste "easy" della ristorazione gourmet. Parlo di tutti quei ristoranti che offrono un alto livello qualitativo ma con un servizio molto casual, risparmiando sui costi del personale e del servizio, per investire sull'altissima qualità degli approvvigionamenti. Infine il fenomeno dei ristoranti nati a supporto di brand aziendali. Dal Ducati Caffè al Moleskine Café ad altri ancora che sono destinati ad aumentare.