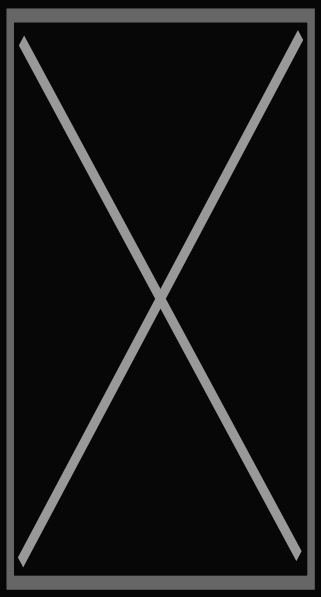
Colazione al bar: il segreto è personalizzare e ampliare l’offerta

img1486-cbfeaa99

La scelta di distinguersi attraverso una prima colazione variegata in termini di food&beverage è una tendenza in atto da tempo, nonché una strategia vincente perché permette di attrarre un numero maggiore di clienti e quindi di ottimizzare il successo del locale. Per aiutarvi ad ampliare la proposta in modo coerente ed efficace ecco qui, divisi per macro prodotti, alcuni spunti già introdotti con successo e facilmente replicabili. Idee imprenditoriali che confermano come la personalizzazione dell’offerta possa giocare un ruolo importante, se studiata in base ai gusti e alla capacità di spesa del target di riferimento del vostro esercizio.

CROISSANT E BRIOCHE



[caption id="attachment_128746" align="alignleft" width="160"] GLI YOGURT PERSONALIZZATI DI OTTOLINA CAFÈ[/caption]

Non ci stancheremo mai di ribadirlo: oltre alle brioche classiche (quindi vuota, alla confettura, al cioccolato e alla crema pasticcera), è consigliabile introdurre in menu anche qualche gusto originale.

Un’idea? A Milano Peck ha lanciato le brioche alla crema di mandorle, di pistacchio, di nocciola, con lamponi e con mela, nonché krapfen farciti di crema. Ma potete spaziare: dal pain au chocolat alle girelle con uvetta o cioccolato e cocco fino al muffin.

DOLCI TIPICI

Un’alternativa vincente per allargare l’offerta della colazione è la proposta di un dolce locale capace di incuriosire e attrarre anche i turisti. Una scelta che ha sviluppato con successo a Napoli SfogliateLab, dove oltre alle brioche ci sono sfogliatelle, babà e le originali sfogliacampanella, un dolce a tre strati composto all’esterno dalla sfogliata a pasta riccia e dentro, avvolto in un cuore di cioccolato e in una mousse a base di ricotta, il babà in versione mignon. “Nonostante caffè e brioche siano i prodotti più consumati a colazione, le sfogliatelle e le sfogliacampanella rappresentano il 40% del fatturato della nostra prima colazione”, sottolinea Vincenzo Ferrieri, titolare del marchio SfogliateLab. Che poi aggiunge: “Quando si punta su un prodotto tipico del luogo è facile richiamare i turisti. Detto questo, è essenziale esporre bene i prodotti. Noi abbiamo un banco di 4,5 metri posizionato davanti all’ingresso che attira l’attenzione dei clienti appena varcata la soglia”. Da Napoli a Milano: da Peck un must è la veneziana, vuota o con crema, con un impasto aromatizzato con scorza di limone e di arancia.

[caption id="attachment_128747" align="aligncenter" width="300"]



L’OFFERTA DI PECK[/caption]

TORTE

Parlando di dolci, le torte meritano un capitolo a parte. “La tradizione della torta per colazione viene dal Nord Europa. Si tratta di un prodotto stagionale, che si vende più facilmente nei mesi invernali”, spiega Chiara Formigoni titolare del locale polifunzionale Sulle nuvole di Milano che per la colazione offre anche torte home made, tra cui la cheese cake, la tenerina al cioccolato, una bavarese vegana al cioccolato, crostate con marmellata e torte con pesche e albicocche caramellate. “A differenza della brioche, che viene consumata al banco in piedi, le torte in genere vengono degustate al tavolo. A guidare i consumatori nella scelta tra brioche e torta spesso è quindi il tempo a disposizione”,

sottolinea la Formigoni. “Ovviamente, anche il prezzo gioca un ruolo importante. Per incentivare all’acquisto, per esempio, io vendo la cheese cake a 4 euro”. Le fa eco Luca Miele responsabile di Vista Darsena Milano: “Le torte sono un prodotto stagionale: con l’estate si riducono i consumi”.

[caption id="attachment_128748" align="aligncenter" width="275"]

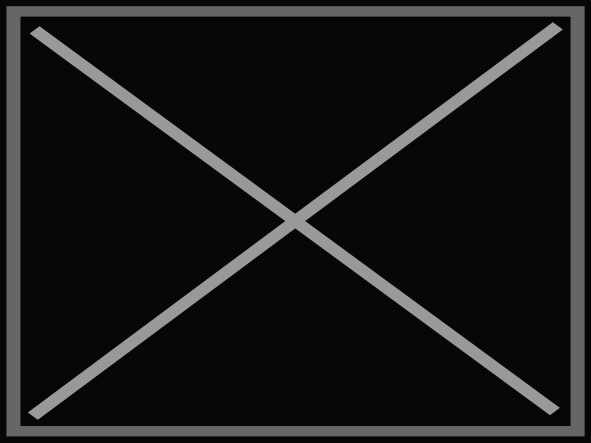


L’OFFERTA DI OTTOLINA CAFÈ[/caption]

COLAZIONE SALATA

Un menu innovativo e ricco permette di ampliare il business. Ben venga, quindi, una proposta salata per la colazione. Tuttavia la tipica English Breakfast a base di uova, bacon, salsicce, pane tostato e senape o ketchup è ancora lontana dalle abitudini degli italiani. Quali sono allora i locali che dovrebbero avere in carta anche la colazione inglese? “È fondamentale che il bar sia frequentato da stranieri o da italiani residenti all’estero, ormai avvezzi al concetto di English breakfast”, spiega Davide Galluccio del Doping Club dello Yard Hotel di Milano. “Noi proponiamo una colazione intercontinentale presentata in un cestino di vimini a forma di vassoio. Il tutto accompagnato da diversi tipi di pane: integrale, bianco e di bio semi e da un succo di frutta alla pera e all’ananas”, chiarisce. Al di là dell’English Breakfast, comunque, si possono studiare alternative creative nel segno dell’italianità. Per esempio, tra i best seller di Vista Darsena ci sono le focacce. “Nel menù della colazione ci sono la classica focaccia ligure bassa, liscia o farcita, e la focaccia di Recco. Sono richieste soprattutto dagli stranieri e vengono accompagnate spesso da centrifugati”, puntualizza Luca Miele. Un’altra idea? I panini al latte farciti con affettati, piuttosto che con uova sode, insalata e pancetta tra i cavalli di battaglia dell’Ottolina Cafè. Senza scordare il toast classico con prosciutto cotto e fontina valdostana, un ever green sempre vincente.

[caption id="attachment_128749" align="aligncenter" width="300"]



LA FOCACCIA GENOVESE DI VISTA DARSENA[/caption]

SUCCHI, SPREMUTE, FRULLATI E CENTRIFUGATI

I succhi di frutta confezionati e le spremute non devono mai mancare, in quanto prodotti richiestissimi all day da tutti. “Ed è bene offrire non solo i gusti classici, ma anche qualche novità come il succo di melograno o di rabarbaro”, osserva Chiara Formigoni. Detto questo, in linea con la tendenza del cibo salutistico vale la pena introdurre anche una selezione di frullati, centrifugati ed estratti di frutta e verdura fresca preparati al momento. Qualche idea? Le ricette dei centrifugati che vanno per la maggiore al locale Vista Darsena: mela, ananas, menta e lime (Caribe) e carota, arancia, zenzero e limone (Vitaminic). “Per evitare sprechi e ridurre gli avanzi di frutta e verdura è indispensabile non solo gestire bene gli ordini, ma anche utilizzare gli ingredienti per altre finalità, come per esempio i cocktail alla frutta”, suggerisce Luca Miele. Se per praticità volete tagliare la frutta prima ed esporla in vetrina, per non farla annerire potete usare, oltre al classico succo di limone oppure di arancia, uno sciroppo antiossidante. È la soluzione adottata dall’ Ottolina Cafè: “Noi ci troviamo bene con uno sciroppo antiossidante in flaconi”, racconta Massimiliano Crispino, responsabile dell’Ottolina Cafè di Milano.

[caption id="attachment_128750" align="aligncenter" width="300"]



LA CHEESE CAKE HOME MADE DI CHIARA SULLE NUVOLE - Foto Marco Varoli[/caption]

CAFFÈ

Non bastano i classici caffè espresso e il decaffeinato. Bisogna lavorare sulla personalizzazione e sulla specializzazione. Prendete spunto da Ottolina Cafè, dove si possono degustare anche marocchino, macchiatone (espresso in tazza grande con latte montato), caffè filtrato, caffè americano, caffè shakerato, crema al caffè e caffè speciali con miscele particolari a rotazione, oltre al caffè d’orzo e al caffè di ginseng. Oppure dall’offerta di Peck: in negozio il caffè si può comprare sia in grani, sia macinato al momento (per moka, espresso o napoletana). Per il bar è stato selezionato un blend ottenuto da 5 arabiche diverse e ogni mese inoltre viene servito uno dei 12 caffè monorigine.

[caption id="attachment_128752" align="aligncenter" width="300"]



LA SFOGLIACAMPANELLA DI SFOGLIATELAB[/caption]