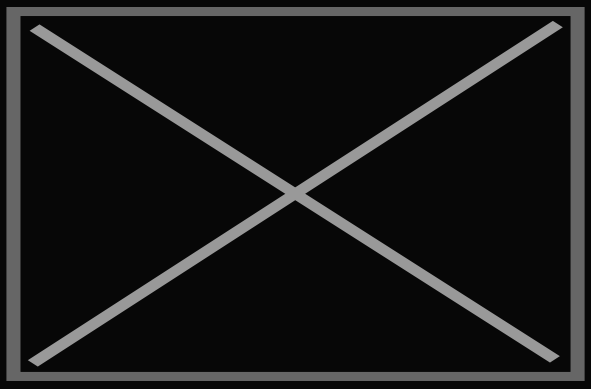
Ristorazione a stelle e strisce: come sta cambiando

img573-67570a28

La scorsa estate ho deciso di passare le mie ferie negli Stati Uniti dopo un decennio che marcavo visita, nonostante i buoni propositi di tornarci. Si sa come vanno certe cose: lavoro, famiglia, figli piccoli e gli anni che volano via. Ma alla fine questa volta, in una pigra serata di giugno, mi sono deciso: tre biglietti e via! La Florida, Miami, le Keys, Naples, Orlando, Cape Canaveral, Palm Beach… Ci sono tornato con la curiosità di sempre, ma anche – visto il lavoro che faccio da poco – con un occhio maggiormente attento alla ristorazione, a cosa bolle in pentola nelle cucine americane, ai gusti nuovi, agli esempi interessanti per i nostri imprenditori. Pescare qualche informazione di vita vissuta mi piace, alla teoria ho sempre preferito la pratica, all'aria purificata dei salotti buoni la polvere della periferia e, perché no, il caos delle cucine. Ne sono uscito con qualche migliaio di chilometri sulle spalle ma anche con una maggiore consapevolezza di dove il mercato stia andando.

LE CATENE DI RISTORAZIONE USA

Non credo di esagerare, negli USA – o per lo meno nella parte che ho visto, fatta di grandi città come Miami e di piccole località rurali e sconosciute – i ristoranti a tradizione familiare sono ulteriormente diminuiti sparendo quasi del tutto. Resiste qualche sparuto eroe, per lo più specializzato in cucina etnica, ma l'impressione netta è quella di un mercato quasi esclusivamente occupato dalle catene e da una gestione molto finanziaria. Non è un male in sé, anzi la standardizzazione del food rassicura i più, ma nella stragrande maggioranza dei casi, si è persa una qualsiasi personalizzazione dell'offerta e del territorio. Anche il servizio, molto professionale, risulta in media molto più "artificiale", freddo e senza quella capacità tutta mediterranea di entrare in empatia con il cliente. Manca l'orgoglio per la propria unica capacità, vera o presunta che sia, di trasformare la materia prima in un qualcosa di esperienziale, in un'emozione da trasmettere e da far ricordare.



L’EDUCAZIONE ALIMENTARE

Mi chiedo quanto pesi la difficoltà di parte della ristorazione commerciale americana di dare e proporre una cucina più sana, sui disturbi alimentari che riguardano una buona parte della popolazione locale. Certo che se il modello proposto è per lo più basato su prodotti industriali processati, spesso fritti, si possono immaginare i risultati nelle scelte di dieta domestica e sul proliferare di malattie come il diabete (la popolazione americana che ne è affetta è doppia rispetto a quella italiana), l’obesità (secondo il Center for Diseas Controll and Prevention, circa il 38% degli americani è obeso con punte del 40% fra le donne) o i problemi cardiovascolari. Alla luce di queste riflessioni, sono stato assalito da un dubbio: forse noi in Italia (dove la situazione, per fortuna, non è equiparabile al mercato a stelle e strisce) stiamo sottovalutando le potenzialità “virtuose ed educatrici” dei nostri ristoratori e baristi che possono essere fonte di ispirazione positiva e traino dei consumi domestici.

IL RUOLO DEI RISTORANTI ITALIANI

Ma, ovviamente, le catene non mi sono bastate: ho voluto provare anche qualche ristorante cosiddetto italiano, in qualche cittadina minore, lontano dai fasti, dai conti salati e degli esclusivi locali alla moda. Mi ha colpito come la cucina italiana proposta, almeno nei ristoranti fino a 50$ a persona, non si sia evoluta poi molto rispetto ad un decennio fa. Le fettuccine all’Alfredo, di cui credo che il 99,9% degli italiani ignori sia la preparazione sia la composizione, la fanno ancora da padrone nei menu della middle class. L’apoteosi è stata però raggiunta quando un signore di mezza età mi ha chiesto come chiamiamo noi la pizza in Italia, mentre ne addentava una all’ananas. Agghiacciante l’ignoranza abissale che ancora domina negli States, in relazione alle nostre specialità, soprattutto nell’offerta diretta alla middle class. Ed è proprio qui che dovremmo impegnarci a lavorare, magari sfruttando la rete dei ristoranti in Italia per arricchire sia l’aspetto esperienziale sia quello “educativo”, rivolgendoci ai tanti turisti che arrivano da noi. Non è impossibile: bisogna unire le tecniche di entertainment, in cui loro eccellono, al contenuto unico che abbiamo noi, per emozionarli, per spiegare la storia dei nostri piatti, come nascono, come si preparano, le loro origini, la loro storia. Sarebbe un traino formidabile per il settore produttivo italiano e per le nostre esportazioni di prodotti alimentari. Qui da noi, qualche

ristoratore ha già riscoperto la bellezza di mettere in vetrina qualche “Sfoglina”, per spiegare che la pasta, quella artigianale, originariamente non nasce in fabbrica, ma da un cono di farina, qualche uova, acqua e sale, un po’ di olio di gomito e una nonna che ti ha passato tanta sapienza del saper fare. Sarà lunga ma si può tentare di sostituire le *Fettucini Alfredo’s* con qualsiasi cosa che ci rappresenti di più.

QUESTIONE DI TRASPARENZA

C’è un punto, però, che dovremmo riprendere dal modo di fare ristorazione in America, e paradossalmente non riguarda la cucina, almeno non direttamente. Mi riferisco alla capacità americana, anche nella ristorazione, di premiare la trasparenza nei confronti dei clienti. Questo è vero certamente per il conto: negli USA sai sempre cosa stai pagando. Se, per esempio, il pasto costa 30$ sai che pagherai circa l’8% di sales tax e una mancia compresa fra il 12% ed il 20% a seconda di come giudicherai il servizio. Sarebbe interessante portare il sistema in Italia e provare a spiegare ai clienti che su un pasto di 30 euro, almeno il 30% è appannaggio esclusivo di Iva e servizio. A cui poi andranno sommati i costi per le materie prime, le tasse e il lavoro profuso. Alla fine il nostro ristoratore se ne troverà in tasca 5, se va bene. Ma la trasparenza non si ferma a questo aspetto, riguarda anche la pulizia del locale. In America i ristoranti sono obbligati ad esporre all’ingresso un certificato legato all’igiene espresso con lettere A, B, C a seconda del grado di pulizia riscontrato durante un’ispezione annuale del dipartimento di salute locale. Lo stesso Dipartimento pubblica su internet la lista con il giudizio su tutti i locali della città di competenza. Un modo molto diretto, semplice, comprensibile dal consumatore, per promuovere il rispetto delle regole sanitarie. Sarebbe fantascienza promuoverlo anche da noi? No, sono convinto che sarebbe la migliore garanzia per i tanti, la maggioranza, che della qualità, del senso di ospitalità hanno fatto quotidianamente il miglior biglietto da visita per la straordinaria capacità di accoglienza italiana.