Insalatone, nuovi sapori in pizzeria

pizza-1-bf9ed1a0

Pizza 3In origine fu la panna, poi, a distanza di pochissimi anni, venne il turno della rucola. Le si trovavano ovunque, in alcuni casi a sproposito, a volte snaturate delle loro proprietà, caratteristiche e significati gastronomici. Erano diventate di moda, e ancora adesso lo sono, almeno in larga parte. Poco dopo, ecco le insalatone, un vero e proprio boom nel panorama dell'alimentazione fuori casa. Celebri anche in questo caso per entusiasmi nutrizionistici del momento, a volte effimeri se non fuori luogo, hanno assunto nel tempo sempre più importanza. In brevissimo tempo i bar hanno fiutato l'affare, con sagacia e intelligenza, consapevoli del fatto che il target ideale dei loro locali in molti casi li preferiva ai classici panini e ai primi e secondi piatti. L'idea stessa dell'insalatona va però ben oltre la moda; se è vero che molti la consumano perché "fa trendy" e le temperature estive quasi la impongono, è altrettanto vero che ha plus che altri alimenti "di tendenza" non hanno. Le possibilità di combinazione dei diversi ingredienti che le compongono sono infatti pressoché infinite: è un piatto che ciascuno può comporre a proprio piacimento, soddisfacendo palato ed esigenze legate al giro vita di ciascun cliente. Ed ecco che, con un bacino d'utenza così vasto e ancora oggi dall'enorme potenziale, l'insalatona varca le porte anche di tutte le tipologie di locali che si occupano di ristorazione, in primis le pizzerie.

[caption id="attachment_27638" align="alignright" width="200"]Franca Magni Franca Magni[/caption]

«Creatività, stagionalità degli ingredienti, freschezza - così la pensa Franca Magni della Pizzeria I Monelli di Parma - sono le parole chiave delle mie insalate. Ne ho una decina sempre presenti nel mio menù, e ogni mese ne propongo un paio legate ai prodotti di stagione e a quelli della mia regione. Il segreto? Cambiarle spesso e provare nuovi accostamenti di gusto: così facendo i clienti abituali sanno che, ogni volta, assaggeranno qualcosa di diverso dal solito». In questo caso il consumo di insalatone non è legato alla stagione calda (parecchi ingredienti sono perfetti anche nei periodi freddi dell'anno) e neppure a un consumo prevalentemente diurno (quando cioè i frenetici ritmi lavorativi impongono una veloce e leggera digestione): il concetto di sfiziosità al palato infatti abbatte queste "barriere", elevando così l'insalatona, che rappresenta il 30% del fatturato del locale, a vero e proprio piatto con

plus che nulla hanno da invidiare ad altre pietanze. Diversa la strategia per Leandro De Rose, patron della Pizzeria De Rose di Sassuolo, in provincia di Modena: «Ai miei ospiti propongo una quarantina di ingredienti; sta a loro sceglierne le combinazioni per creare l'insalata ideale. E' una formula che ho inventato da pochi anni e l'alchimia è vincente perché chi viene nel mio locale sa che mangerà esattamente quello che desidera». In questo caso, vuoi per target di clientela, vuoi per scelta, il consumo è però legato alla pausa pranzo, mentre alla sera è la pizza la regina del locale.

Target, stagionalità del consumo, pausa pranzo o cena: ci si aspetterebbe che queste parole chiave formassero un puzzle del "fenomeno insalatona" in pizzeria, che cioè fornissero una chiave per capire come, dove, quando e perché. Questo piatto invece sfugge a qualunque regola logica: «La mia pizzeria - racconta Giuseppe Virdis della Pizza 4 Pizzeria Asteria di Sassari - ha due diversi locali in città. Uno lavora molto e con soddisfazione con le insalatone, sia a pranzo sia a cena; l'altro, che ha lo stesso tipo di clientela, molto meno. Eppure anche la posizione è quasi la stessa, così come sono uguali ricette e ingredienti...». Nessuna spiegazione logica quindi, ma di certo un business che funziona e che seduce, come conferma Giuseppe Cospite della Pizzeria Focacceria Da Giuseppe di Bologna: «Più di 10 anni di insalatone, più di 20 presenti nel mio menù, interamente personalizzabili, sotto il segno della qualità e con un segreto in più: vengono preparate al momento, ma soprattutto sotto gli occhi dei clienti, che quindi sanno che quello che mangiano senza trucco e neppure inganno». La sintesi porta a pensare che l'insalata da brutto anatroccolo si è velocemente trasformata in un regale ed elegante cigno; relegata in origine a semplice contorno all'interno dei menù, è diventata in breve tempo un vero e proprio must della ristorazione professionale, valicando il confine del bar e radicandosi sempre più anche in pizzeria. Un business che funziona e in continua espansione, con percentuali di "penetrazione" e fatturati sempre più evidenti e crescenti. E, grazie ai tanti ingredienti e alla creatività di chef e pizzaioli, con un futuro sempre più roseo.

Mille ingredienti: tutti i plus dell'insalatona

Una quantità pressoché infinita di ingredienti, dalla carne al pesce, e poi tutte le verdure del mondo, ma anche legumi, mais, tonno, salumi, uova, mille formaggi diversi... Sono tante le frecce nell'arco delle insalatone, che ne determinano il successo e ne fanno un piatto completo e, a seconda degli alimenti proposti, adatto a tutte le stagioni dell'anno. C'è di più, però: se ben presentato (ma attenzione sempre alla sostanza!) può rappresentare un atout vincente in pizzeria: è noto che anche l'occhio vuole la sua parte e spesso un "packaging" fresco e virtuoso può influire in maniera determinante nella scelta dei clienti. L'insalatona, inoltre, può essere anche un formidabile laboratorio di ricerca per chef e pizzaioli, alla ricerca di abbinamenti e ingredienti originali e nuovi; il risultato finale, poi, può risultare azzeccato per una pizza dalla farcitura particolare. Non va nemmeno

sottovalutato l'aspetto economico unito a quello della cultura gastronomica locale: se si scelgono ingredienti legati alla regione di appartenenza e alla stagionalità degli alimenti ne beneficerà il portafogli del locale (il cosiddetto "food cost" è sempre più importante) e si favorirà la conoscenza del patrimonio gastronomico locale (con evidenti vantaggi d'immagine). Tutto questo si traduce, se ben gestito, nella fidelizzazione della clientela già esistente e nella nascita di un nuovo target di consumatori. Molti però non vogliono rinunciare alla pizza: perché quindi non proporre loro una golosa insalatona servita in un caldo piatto composto da pasta per pizza? C'è già chi lo fa, e l'idea funziona.