Lidia e Joe Bastianich: un modello di business vincente

joe-e-linda-bastianich-68277039

A un anno dall'apertura europea del Ristorante Orsone, ecco un intrigante vis a vis con Lidia e Joe Bastianich: tendenze, consigli e riflessioni per avere successo in Italia e in America.

Aprire un ristorante italiano negli Stati Uniti rappresenta ancora un buon business?

JOE: «Sì, i margini per avere successo ci sono ancora, ma non è facile né immediato generare un valido business. Detto questo, lo stile di vita e la cultura italiana continuano a riscuotere ovunque grande appeal. Inoltre, ormai la gente è più informata e preparata: conosce anche le diverse tradizioni gastronomiche regionali e si approccia in modo più consapevole alla cucina italiana».

LIDIA: «Senza dubbio, ma ovviamente non basta l'italianità: l'offerta gastronomica deve essere di qualità, il design curato e il servizio competente. E poi, per emergere, occorrono una forte personalità e notevole energia. Personalmente, vi suggerirei di puntare su New York, Chicago o Los Angeles dove c'è molta concorrenza, oppure in città come Miami, Denver, Dallas e Boston».

Che cosa deve sapere il ristoratore italiano che volesse aprire un locale negli Stai Uniti?

JOE: «Essenziale è avere ben chiaro il target di riferimento, per evitare di perdere potenziali clienti fin dall'inaugurazione del ristorante».

LIDIA: «Intanto, serve un budget importante. Ma i soldi non bastano: bisogna essere preparati sull'offerta di cibo, vini e drink, essere competenti nell'accoglienza e possedere uno spirito vocato al marketing e al management».

Un consiglio per incrementare il business in tempi di crisi?

JOE: «Continuare a studiare e a guardarsi intorno, prestando attenzione a nuove tendenze ed opportunità, senza mai perdere di vista i propri obiettivi. Essenziale, inoltre, è investire in comunicazione, soprattutto in questo periodo».

LIDIA: «Offrire sempre più valore ai clienti. Non solo i prodotti e le preparazioni devono essere coinvolgenti, di qualità e appaganti, ma anche l'esperienza stessa».

Parliamo di vino...

JOE: «Il vino, per me, è un grande amore. Ho avuto la fortuna di conoscere da bambino i grandi vini italiani e alcuni tra i più importanti vignaioli, tra cui Angelo Gaja e Livio Felluga. Sono rimasto talmente colpito che - ad un certo punto - ho deciso di abbandonare l'alta finanza e Wall Street per girare l'Italia, da Trieste a Pantelleria, alla scoperta di vini e terroir».

LIDIA: «Un elemento immancabile in una tavola. Il vino è come il cibo, racconta storia, territorio e tradizioni di un Paese. Ecco perché consiglio ai ristoratori di scegliere e formare figure in grado di trasmettere la cultura del bere consapevole e di qualità».

L'ABC per impostare la carta dei vini?

JOE: «La prima regola è non improvvisare: essenziale è una profonda conoscenza in materia. E poi, personalmente, suggerirei di puntare su un'ampia gamma di vini al calice di qualità. Oggi, grazie a strumenti come Coravin (www.coravin.com) è possibile offrire al calice anche bottiglie molto importanti senza aprirle né intaccarle. L'innovazione congiunta alla tecnologia rappresenta un grande punto di svolta che presto rivoluzionerà anche il mercato Italiano».

LIDIA: «Le parole chiave, secondo me, sono chiarezza, leggibilità e varietà. Una buona carta offre diverse possibilità, in termini di vitigni, di terroir e di produttori: oltre ai classici o ai famosi, è bene introdurre anche etichette emergenti e varietà autoctone».

La tua prossima sfida?

JOE: «In questo momento sono focalizzato su Orsone, nostro primo Bed&Breakfast nonché nostro unico ristorante in Europa, un sogno diventato realtà. Inoltre, sono impegnato nella registrazione di quattro programmi televisivi e nella gestione di quasi 30 ristoranti nel mondo…per il momento, direi che è sufficiente».

LIDIA: «Nei prossimi mesi mi vedrete impegnata su diversi fronti: per PBS sto producendo in America tredici episodi per la tv dedicati agli “artigiani italiani del cibo”, un progetto di cui sono molto fiera. A breve terminerò il mio nuovo libro “Lidia’s Master Class, un compendio sulla cucina regionale italiana che unirà ricette, tecniche e dettagli su prodotti e materie prime, in uscita nel 2015. E non è finita: con i miei soci, stiamo lavorando all’apertura di Eataly a San Paolo…».

Correlati:

Lo chef Eduardo Valle Lobo spiega il successo del Ristorante Orsone