Dopo lo street food arriva la fast zuppa?

zuppa-evid-691526ae

Calda, anzi fumante. Sana. Veloce da servire e da mangiare. E con una tradizione millenaria. La zuppa è un piatto tipicamente casalingo (chi non ricorda la variante della nonna?) relegato dalla cucina pop moderna in qualche trattoria toscana poco creativa. E che sta risorZuppa intgendo dalle ceneri, anche come alternativa al solito panino (fast food o da bar che sia). Perché cosa c'è di più antico e di più moderno di una zuppa? È sana, leggera, spesso vegetariana, si può portar via o mangiare sul posto, ha infinite varianti e si rinnova tutti i giorni nei gusti e nei colori. È fast e slow allo stesso tempo. Slow nella preparazione, fast nel servizio (è già pronta al consumo). In fondo, la zuppa è l'anti-streetfood. O il nuovo street-food?

Già perché le zupperie, tanto diffuse nel Nord Europa, in Italia, nonostante una solida tradizione gastronomica, sono ancora poche. Ma stanno nascendo, con format replicabili e l'ambizione di espandersi. Per saperne di più, siamo andati a visitare due locali, aperti poco più di un anno fa a Milano. Soup&Go nasce 5 anni fa a Torino, dove sta per partire un secondo locale. A Milano ha aperto in zona Tribunale ("zona centrale ma in una via tranquilla, l'ideale") dove rinnova la formula del selfservice in un ambiente moderno ma accogliente (libri alle pareti, calcetto, spazioabbiamo tre zuppe: vegetariana, a base di carne e di pesce, che cambiano tutti i giorni pescando da una base di 150 ricette, italiane e internazionali - spiega David Ghezzi socio con il torinese Fausto Martino -. La zuppa ha delle potenzialità enormi in termini di varietà di sapori e scoperta da parte del cliente, tanto che molti

[caption id="attachment_36703" align="alignright" width="300"]Soup&Go Soup&Go[/caption]

ritornano. Per la pausa pranzo poi è ideale: sana, leggera e veloce, perché, preparata fresca ogni mattina, all'ora di pranzo è già pronta. Il cliente entra, sceglie in fretta e si mette subito a tavola". Mutua molto dal format fast food MrZuppa in zona Stazione Centrale: stencil alle pareti, menù e prezzi sopra al bancone e i piatti in vetrina, dalle zuppe ai dessert. "Proponiamo la classica minestra di verdure e cereali della tradizione mediterranea 'povera', che faceva mia mamma, sempre in cucina intenta a lavare montagne di verdure - spiega il titolare Mauro Gabelli -. È un cibo che oggi non

prepara quasi più nessuno a casa per mancanza di tempo. Qui in mezz'ora si può mangiare una minestra cotta lentamente e preparate fresca, scegliendo tra 5/6 tipi, tra cui non può mancare il minestrone. Abbiamo lavorato molto sul prodotto, le zuppe sono buone e naturali, i clienti se ne accorgono e passano parola

La zuppa nell'immaginario comune è soprattutto invernale, e non si può negare che sia questa la stagione in cui funziona meglio. Ma ci sono modi per destagionalizzare. Proponendo qualche minestra fredda insieme ad altre proposte "compatibili", Mr zuppacome insalate o torte salate. "Se durante l'anno le zuppe coprono il 60/70% degli ordini, a luglio scendono al 50% ma il flusso di clienti resta lo stesso" dice Gabelli. Ampia base di clientela Il Rinascimento della zuppa segue i nuovi comportamenti salutisti, ma non si sovrappone con il segmento vegan e bio. La base è più ampia. In prevalenza donne (più attente alla salute e alle linea) è anche fatta di professionisti sui 40-50 anni, che non vogliono appesantirsi prima di tornare al lavoro, di giovani e di curiosi stanchi del "solito" panino troppo ricco di carboidrati. È una clientela reclutata con il passaparola e una presenza light sui social. "Vogliamo anche puntare sui bambini, cui proporremo merende sane, yogurt e torte fatte in casa, per movimentare la fascia 'morta' del pomeriggio" dice Gabelli.

Per far zuppe ci vuole un cuoco e una cucina. Ma un bar potrebbe trovare un'alleanza con un ristorante o una gastronomia vicina. Per andare incontro alle esigenze dei soup-lovers poi ci sono anche le zuppe pronte (non proprio come le fresche però). O quelle preparate con cottura in sottovuoto a bassa temperatura. Così l'alternativa invernale al "solito panino" è pronta.

Le idee da copiare

- L'assaggino piace e non vi costa nulla. Dotatevi di ciotoline (s&g)
- Food design colorate, guarnite e presentate in contenitori di varie fogge: dedicando pochi secondi in più all'impiattamento le zuppe diventano coreografiche, (mrzuppa)
- L'angolo bimbi convincete un bimbo a mangiare verdura e conquisterete la mamma per sempre. Un angolo dedicato ai più piccoli permette di attirare clientela anche per il pranzo di sabato e domenica (s&g)
- Eco-delivery in bicicletta, of course! (s&g)
- La raccolta differenziata il cliente fai-da-te e green alla fine del pasto sistema tutto con un'attenta raccolta differenziata. E alleggerisce il servizio. (s&g) La tessera fedeltà può essere usata per caricare i ticket (non si perdono i "resti") o da pre-caricare con una cifra fatturabile (per società o liberi professionisti).

- Il “contorno” crostini, parmigiano, pane ma anche cereali cotti (riso anche nero o selvaggio, orzo, avena, farro, cous cous), semi oleosi (sesamo, lino, papavero): sono gli elementi che arricchiscono la zuppa, da proporre gratis. I corsi serate con nutrizionisti dello IEO o corsi per insegnare ai genitori la distruzione delle vie aeree in caso di emergenza. Tutto serve per creare comunità e far tornare i clienti.

Variazioni sul brodo, all’orientale

Dalla zuppa al brodo: la specialità mangia e bevi, tipiche di tutte le cucine del mondo, si declina anche all’orientale. Dopo il sushi, un’altra tradizione giapponese ha conquistato il mondo. I ramen bar si sono talmente diffusi a Londra da meritarsi un’apposita classifica di Time Out, la rivista che da 50 anni codifica le tendenze cittadine. I ristoranti che propongono questo brodo con carne o pesce, noodle e uova in mille varianti sono approdati anche da noi (Casa Ramen e Zazà ramen a Milano). E non poteva mancare l’interpretazione sul tema del grande chef stellato: Berton propone un menu “Tutto brodo”, dall’antipasto al dessert.