Ristorazione, addio menu à la carte

sala-e-vendita-3b3c414f

Potremmo chiamarla la rivincita dei pochi ma buoni, della qualità sulla quantità, della razionalizzazione sull'eccesso consumistico. Un vento sta percorrendo la ristorazione da Parigi a New York, e vede il progressivo addio del menu à la carte, quell'ingombrante e pantagruelico "libro" che veniva orgogliosamente consegnato nelle mani di ogni commensale nei ristoranti della nostra infanzia. E che, a dire il vero, negli anni si è assottigliato sempre più. Complice, in primis, il contenimento dei costi derivati dal dover tenere in dispensa una grande quantità di materie prime fresche che poi, a fine giornata, magari non vengono utilizzate. E rischiano di finire nella spazzatura.

NEL NOME DELLA SOSTENIBILITÀ

In effetti la sostenibilità economica che deriva da una buona gestione delle risorse, fondamentale in ogni ristorante, in questo caso ancor più che in altri si incrocia con i temi della sostenibilità ambientale e della lotta allo spreco, oggi più attuali che mai. In fondo sono anche i clienti che chiedono alle aziende un approccio ecologico e il più rispettoso possibile dell'ambiente. Ma non è solo questo. Molti dei ristoratori che hanno scelto di "semplificare", anche drasticamente, il menu spiegano la scelta con una (semplice?) equazione: meno piatti e ingredienti da acquistare danno la possibilità di disporre di materie prime di maggiore qualità, e di contenere i prezzi al cliente. È stata questa in fondo la "scusa" che ha portato, in Francia, alla nascita del movimento "bistronomique", intorno al 2008 quando, all'inizio della crisi economica che aveva investito l'Europa, chef stellati hanno deciso di abbassare le pretese (e i prezzi) aprendo alternative "light" ai loro ristoranti haute cuisine: arredi semplici, quasi spartani, menu a prezzo fisso e, spesso, nessuna scelta per il cliente che doveva "prendere o lasciare". Un approccio che a Parigi, Londra e New York ha numerosi rappresentanti, con formule abbastanza varie (vedi box). In tempi non sospetti però già i fratelli Alciati, pluristellati del ristorante Guido di Serraluga d'Alba, già proponevano un "carrello del formaggio" con, appunto, un unico formaggio, da ruotare ogni 15 giorni, ma "presentato come si deve". Dunque ai livelli più alti l'imposizione della non-scelta si propone come consiglio e guida all'esperienza gastronomica. Quella della semplificazione della proposta, però, è una tendenza che sta percorrendo tutta la ristorazione,

alta e bassa.

[caption id="attachment_104465" align="alignleft" width="300"]Mauro Santinato Mauro Santinato[/caption]

«Molti ristoranti d'albergo hanno già abbracciato la filosofia della lotta allo spreco e propongono una scelta limitata. Oggi più che mai è vero che Less is More, il meno è di più, è meglio proporre poche cose ma fatte bene – dice Mauro Santinato, consulente della ristorazione e presidente di Teamwork di Rimini –. Però da noi il cliente vuole ancora scegliere cosa mangiare quando va al ristorante, mentre a Londra una cena da uno stellato è vista come un'experience, è un po' come andare a una mostra d'arte. Certo, la tendenza anche da noi è quella di proporre menu semplificati e ragionati».

SEMPLICE E CREATIVO

Non sono solo economici ed ecologici in realtà i motivi che potrebbero spingere a limitare la scelta. Uno su tutti ci viene dal neuromarketing, che indaga il processo decisionale che avviene, anche a livello inconscio, nei consumatori. Partito dalla grande distribuzione, ha rivelato come una scelta troppo ampia possa risultare, anziché attraente, disorientante e addirittura paralizzante. Poi c'è l'effetto sorpresa, che però vale solo se, oltre a proporre una scelta limitata di menu "fissi" (fa più chic però chiamarli "degustazione"), questi vengono cambiati molto spesso, se non ogni giorno. Nell'era dei social, dove i piatti vengono ossessivamente fotografati e postati sui social, variare spesso può aiutare ad evitare quell'effetto "déjà vu" che capita a volte anche in un ristorante dove non si è mai stati.

COME IN TRATTORIA? GIAMMAI!

[caption id="attachment_104466" align="alignright" width="300"]Cesare Battisti del Ratanà di Milano Cesare Battisti del Ratanà di Milano[/caption]

«Il menu unico? Sarebbe il sogno di ogni cuoco, lo propongono a Parigi ma in Italia i tempi non sono maturi, perché esiste ancora nella memoria collettiva il ricordo della trattoria di una volta, considerata "povera" – dice Cesare Battisti, chef puro e duro del Ratanà di Milano –. Noi abbiamo un menu degustazione estratto dalla carta che valorizza i prodotti migliori che arrivano giornalmente, ma su 55 coperti è scelto da non più di 15/20 persone. E di queste, un quarto chiede delle variazioni, con mille motivazioni. Eppure sarebbe un bellissimo passo avanti e un segnale di civiltà poter proporre solo poche opzioni, frutto di una scelta ragionata. Non solo perché si ridurrebbero gli sprechi, ma perché sarebbe il segno di un approccio più ragionato al cibo e alle materie prime, ed evito di usare il termine

“sostenibile” che a Expo era sulla bocca di tutti ed è stato svuotato di senso. È necessaria una scelta etica e un approvvigionamento intelligente, e in quest’ottica anche cambiare un piatto presente in menu, cosa che noi facciamo seguendo la disponibilità quotidiana, significa solo avere a cuore prima di tutto la freschezza e la qualità. Ma non è stato facile far passare il messaggio».

PREZZO FISSO E COMUNICAZIONE SEMPLICE

[caption id="attachment_104467" align="alignleft" width="300"]
La sala del ristorante 18-28 di Milano[/caption]

«Abbiamo due fasce di prezzo, 18 e 28 euro, con 20 menu fissi con nomi chiari, solo il menu degustazione varia stagionalmente. È una formula che il pubblico apprezza perché si mangia bene, a un prezzo calmierato e in quantità. E senza dover aspettare tempi infiniti – spiega Riccardo Pala, titolare della milanese Trattoria 18-28, un nome un programma –. Tutti i menù, dall’una alle cinque portate, comprendono il dessert, alcuni anche un calice di vino. È una formula che permette di ottimizzare la spesa ma anche la mano d’opera in cucina, perché si può lavorare in linea con meno personale che se si lavorasse con un menu à la carte. E i tempi sono più rapidi». In fondo, il menu light è un po’ la quadratura del cerchio: in un settore in cui i margini sono spesso risicati, una scelta limitata, oltre ad aiutare a minimizzare lo spreco, consente di offrire il meglio in termini di qualità delle materie prime ai propri clienti e di mantenere l’impresa redditizia. Senza esagerare però: pena ritrovarsi, stellati e non, disertati da clienti alla spasmodica ricerca di un locale dove poter far valere, con tutto agio, il proprio libero arbitrio.

La storia del menu: dall’antica Cina al tablet

Menu: un’idea, tante formule