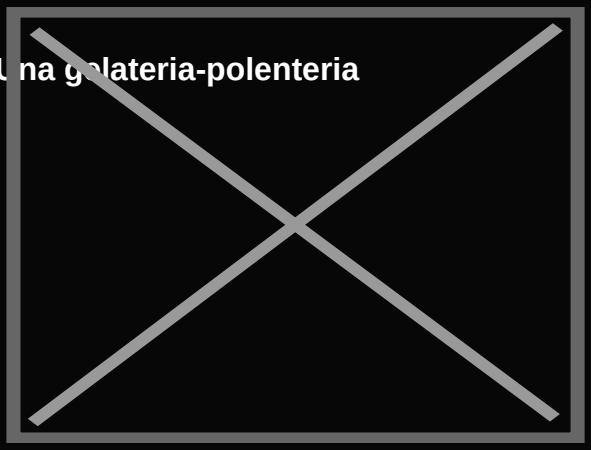
Locali trasformisti

polenteria-026-7542b6b9

Quando la crisi aguzza l’ingegno e spinge a soluzioni davvero creative: una gelateria che diventa polenteria, un bar-ristorante che è anche negozio di oggettistica.

Ottimizzare spazi e tempi, con creatività: alla crisi si risponde anche così. C’è chi è andato oltre l’ormai consolidato concetto di locale polifunzionale per proporre luoghi ibridi o trasformisti, che cambiano pelle, forma e funzione a seconda delle occasioni e delle esigenze. Eccone due esempi, diversi ma accomunati dalla stessa filosofia.

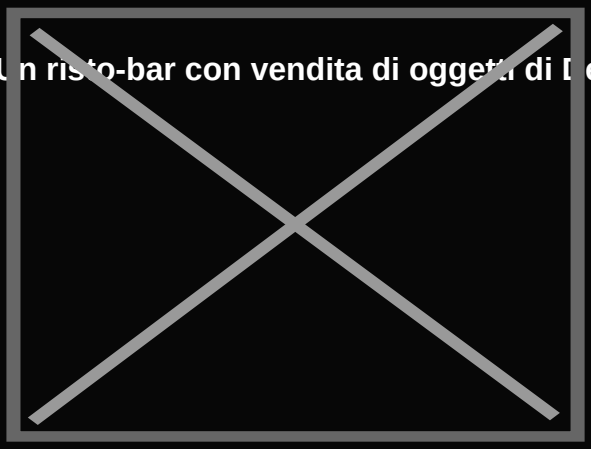
Una gelateria-polenteria



Enrico Bononi di Cittiglio (VA) sdoppia il proprio locale per sopperire alla stagionalità della sua attività principale. La gelateria Lecca lecca è conosciuta e apprezzata nel circondario, ma la contrazione dei consumi dettata dalla crisi ha fatto sì che gli incassi della bella stagione non fossero più sufficienti a coprire tutto l’anno. Da lì l’idea, nell’autunno 2011, di affiancare ai gelati un prodotto stagionale adatto per l’inverno. Così la gelateria Lecca lecca nei mesi freddi diventa La Polenteria, e nelle mezze stagioni, per circa un paio di mesi l’anno, gelati e polenta sono disponibili contemporaneamente. «Ho usato una macchina per cuocere la marmellata come polentiera, poi ne ho comprate altre tre. Non potendo eliminare la vetrina dei gelati, l’ho adattata artigianalmente per ricavare un ripiano su cui la gente potesse consumare, seduta su sgabelli». Il locale infatti si articola in due punti di somministrazione separati (gelati e polenta), con qualche seduta a muro per chi consuma sul posto. «Ma il grosso dei clienti compra e porta via. Sto pensando di

spostare la gelateria in un locale attiguo, di mia proprietà, in modo da poter aggiungere qualche seduta in più alla polenteria». La porzione di polenta semplice costa tre euro, quella condita (con gorgonzola o con vari sughi a base di carne) cinque. Importante per il take away è anche l'uso di speciali recipienti termici, in grado di mantenere la temperatura per almeno un'ora, che Bononi ordina dal Belgio.
La prima stagione ha dato esiti immediatamente positivi, sufficienti per rientrare dell'investimento (la cui voce più importante è stata l'acquisto delle macchine, che costano 3.000 euro l'una). Nella seconda stagione si è assistito a un calo. «Abbiamo così deciso di introdurre il 3X2 di giovedì, che è il giorno con meno movimento. Per ora i guadagni continuano ad arrivare all'80% dai gelati, ma contiamo di far crescere la polenta fino al 50%: siamo agli inizi, ci dobbiamo ancora far conoscere da tutti».

Un risto-bar con vendita di oggetti di Design



La crisi porta ad abbassare i costi e aguzzare l'ingegno. A

Prato un negozio di oggettistica e un bar-ristorante hanno deciso di condividere lo stesso spazio, per risparmiare sui costi di gestione e per offrire al contempo qualcosa di nuovo. In principio era l'Artista spacciatore, rivendita di oggetti di design dislocata in un magazzino industriale di 460 metri quadri. Magazzino che, visto il calo dei consumi, era diventato un po' troppo grande. Gianni Baroncelli, amico dei titolari, voleva aprire un suo locale e così, dallo scorso luglio, all'Artista spacciatore si è affiancata La fabbrica alimentare. «I due locali hanno accessi distinti, e sono separati internamente da una parete di cartongesso» spiega Baroncelli, «ma comunicano attraverso un cancello di ferro battuto che resta aperto negli orari in cui le nostre attività si sovrappongono, permettendo così ai clienti di passare da una parte all'altra. Se avessi un locale tutto mio spenderei quasi il doppio: il grosso del risparmio si ha sull'affitto e sul gas, mentre per l'elettricità e l'acqua ognuno ha i suoi contatori.
Al di là degli aspetti economici, è una trovata che diverte e crea interesse, anche se devo dire che il flusso è più dal bar al negozio che non viceversa».
La fabbrica alimentare è aperta dal mattino al tardo pomeriggio, e tre sere alla settimana offre anche aperitivo e cena (con piatti della tradizione toscana), sempre con un evento abbinato. «I pranzi di

lavoro ci danno una clientela fissa, gli eventi serali ci danno visibilità» dice Baroncelli. «A colazione abbiamo un’offerta un po’ ‘rustica’, con caffellatte, torte di un fornaio e le classiche Marie. Da queste parti si è abituati alla colazione in pasticceria, con croissant e simili. Non potendo competere, abbiamo deciso di diversificarci».