Food crossing: tutti i numeri di un trend in ascesa

gennaro-esposito-giudice-dellultima-edizione-di-junior-masterchef-147e0532

Diciamolo subito: mai come oggi gli chef hanno la possibilità di diversificare la propria attività con profitto di immagine e di portafoglio.

[caption id="attachment_116860" align="alignleft" width="259"]
BRUNO BARBIERI, GIUDICE DI MASTERCHEF BRUNO BARBIERI, GIUDICE DI MASTERCHEF[/caption]

“Negli ultimi quindici anni le opportunità si sono moltiplicate perché la nostra professione ha acquistato prestigio. Quando mi sono trasferita negli Stati Uniti, nel 1989, il mestiere del cuoco era invece ancora poco stimato in Italia e un panorama del genere era impensabile nel nostro Paese”, ricorda la chef modenese Marta Pulini, che dopo 20 anni a New York nelle cucine dei ristoranti più cool, tornata in Italia prima ha aperto con Bottura la Franceschetta58 a Modena, poi il catering Bibendum e infine è approdata anche a Milano nello spazio di Rossana Orlandi.

CHE COSA FUNZIONA

Non c’è dubbio: partecipazioni in programmi tv e show cooking oggi rappresentano le maggiori occasioni di business per uno chef. Ma Bruno Barbieri – giudice di MasterChef, patron del bistrot cocktail bar *Fourghetti* di Bologna e tra l’altro anche special guest della manifestazione *Di Gavi in Gavi* organizzata dal Consorzio Tutela del Gavi –, avvisa: “La prima regola è non improvvisare: preparazione è la parola chiave. Il secondo consiglio è gestire bene comunicazione e messaggi. Ormai il pubblico vuole conoscere non solo le ricette, ma anche la storia dello chef e la sua filosofia di cucina”.

[caption id="attachment_116861" align="alignright" width="300"]ANDREA BERTON ANDREA BERTON[/caption]

Anche le lezioni, le conferenze e i seminari costituiscono un’interessante attività di food crossing. “Lezioni e conferenze per addetti ai lavori e appassionati gourmet garantiscono un ritorno economico e di immagine. Quanto agli show cooking, per me hanno senso solo quelli in cui il pubblico può assaggiare i piatti preparati. L’esibizione fine a se stessa, invece, mi sembra poco interessante”, osserva Andrea Berton patron del ristorante stellato che porta il suo nome, socio del *Pisacco* e del *Dry* e da poco impegnato anche nella ristorazione d’albergo con *Berton Al Lago* dell’hotel *Il Sereno*. I compensi variano: alle giovani promesse spesso viene offerto solo il rimborso spese, ma gli chef stellati protagonisti di celebri programmi televisivi possono ricevere anche dieci mila euro per mezza giornata di impegno.

[caption id="attachment_116862" align="alignleft" width="250"]
MARTA PULINI, OSPITE FISSO DEL FESTIVAL NAZIONALE DI CUCINA PER BAMBINI MARTA PULINI, OSPITE FISSO DEL FESTIVAL NAZIONALE DI CUCINA PER BAMBINI[/caption]

“Eventi e show cooking sono utili per incrementare la propria notorietà, ma anche il proprio fatturato. Tenete conto però che i guadagni sono direttamente proporzionali al numero di stelle Michelin e alla popolarità dello chef”, chiarisce Marta Pulini, ospite fisso del *Festival nazionale di cucina per bambini* ideato da Laura Scapinelli e dallo staff della Bottega di Merlino di Modena. Sulla stessa linea è Gennaro Esposito, patron e chef del Torre del Saracino a Vico Equense (NA), consulente dell’Orangerie, il ristorante del CastaDiva Resort & SPA sul lago di Como, nonché giudice dell’ultima edizione di Junior MasterChef. “Non lo nego: è grazie ai profitti derivati dalle attività collaterali se in questi anni ho potuto investire nel rinnovamento del mio Torre del Saracino. Tuttavia, il food crossing è molto di più di un’occasione di business: è anche un’opportunità di crescita e di anche lo chef ampezzano Riccardo Gaspari, patron dell’*El Brite* de Larieto a Cortina d’Ampezzo e vincitore dell’edizione 2015 del premio Birra Moretti Grand Cru.

[caption id="attachment_116863" align="alignright" width="300"]
RICCARDO GASPARI CON IL SUO BRITE MOBILE SERVIZIO ESCLUSIVO DI PRANZO AD ALTA QUOTA RICCARDO GASPARI CON IL SUO BRITE MOBILE SERVIZIO ESCLUSIVO DI PRANZO AD ALTA QUOTA[/caption]

“In occasione della tappa a Cortina del Green Golf Cup, circuito sponsorizzato dalle aziende vinicole la Tenuta Sette Ponti e Feudo Maccari, mi hanno chiesto di preparare insieme a Franco Aliberti, chef alla Preséf in Valtellina, un menù di nove portate, una per ognuna delle buche del percorso ampezzano. È stata un’esperienza bellissima, che mi ha segnato sia dal punto di vista umano sia da quello professionale”, racconta Gaspari. Che quest’estate, a proposito di attività di food crossing

originali e di successo, ha lanciato un servizio di pranzo ad alta quota esclusivo con il suo *Brite Mobile,* una cucina portatile in legno con lo spazio per i fuochi e il tavolo in larice. “Volevo offrire un pic nic in montagna diverso dal solito. Con la cucina mobile ci spostiamo in base ai desideri dei clienti: andiamo in riva a un ruscello, in mezzo a un bosco, sulle rocce dolomitiche. Di fianco alla cucina allestiamo un tavolo (per minimo 4 persone e massimo 10) e serviamo un menù fisso, articolato in due piatti caldi e cinque freddi accompagnati da vini del Veneto e del Trentino Alto Adige, al prezzo di 120 euro a persona”, spiega lo chef. Che, visto il successo riscosso, sta già studiando una winter edition nel segno di cucina e neve. E i libri? “Sono l’ultimo traguardo, raggiungibile solo dopo una lunga esperienza” risponde Bruno Barbieri.

CONSIGLI

Per diventare protagonisti di eventi e show cooking è importante “sapersi valorizzare e contare su buoni consiglieri. All’inizio può bastare il punto di vista di un famigliare o di un amico fidato, ma quando si cresce di livello è meglio avvalersi di un professionista nell’ambito della comunicazione e del marketing”, osserva Marta Pulini. “Lo dico per esperienza: sono certa che se mi fossi fatta spingere da un ufficio stampa avrei avuto più visibilità”, chiarisce. E Andrea Berton aggiunge: “Per avere successo oggi bisogna anche sapere comunicare. Ecco perché da sempre mi avvalgo di una persona che si occupa della strategia di comunicazione e coordina le interviste con i giornalisti. Detto questo, per attirare l’attenzione di clienti e aziende servono buona volontà, umiltà e concretezza. Inoltre, ci vogliono la sensibilità e la capacità di guidare, capire e accontentare il cliente”. Perché il food crossing non abbia un effetto boomerang occorre selezionare le proposte, rifiutare quelle non in linea con il proprio percorso e non svendersi. E ancora: “L’errore da evitare è la superficialità nell’approccio. Ricordatevi che il ristorante non deve essere mai messo in secondo piano: per diversificare le attività bisogna contare su una perfetta organizzazione interna e su una brigata di cucina di alto livello”, aggiunge Gennaro Esposito. Infine, non sottovalutate l’impegno. “Dedicarsi al food crossing richiede un enorme sacrificio in termini di tempo e, di conseguenza, una rinuncia ai propri hobby e meno tempo per gli affetti”, conclude Esposito.