

Consigli per trarne vantaggi ed elevare il grado culturale gastronomico di un Ristorante.

Il consumo del formaggio in Italia è sempre costante, ma da un'inchiesta condotta in numerosi ristoranti è emerso che lo sforzo del personale, generalmente, nel vendere una porzione di formaggio è praticamente inesistente. Infatti il formaggio non viene quasi mai proposto nel menù e quando compare è in alternativa al dessert; i vassoi di formaggio sono raramente in bella vista; il personale di sala propone alla clientela il dessert senza aver prima chiesto se desiderava il formaggio. Non si deve dimenticare che lo si può anche proporre quale secondo piatto in alternativa a carne o pesce.

Inoltre, i vassoi di formaggio sono poco attraenti, hanno formaggi di qualità mediocre e di tipo dozzinale, cioè di qualità che generalmente si possono acquistare nel negozio dietro l'angolo.

In molti ristoranti, sui piatti di portata vengono messi formaggi sconosciuti; spesso il cliente chiede al personale di sala il nome, il tipo di latte usato, la regione di provenienza e raramente riceve una risposta precisa. Per questi motivi i clienti non osano ordinare il formaggio per paura di rimanere delusi.

Il mercato esiste. Oltre l'80% delle persone che frequentano i ristoranti piace il formaggio.

Per sviluppare le vendite ci sono diverse possibilità.

Innanzitutto, la scelta di un consigliere, che deve essere un professionista del settore, specializzato in prodotti caseari.

Questo personaggio consiglierà le fonti di approvvigionamento, generalmente direttamente dai produttori. Consiglierà il numero dei formaggi in funzione del tipo del locale (dimensioni, costo medio di un pasto, stile); comporrà l'assortimento più adatto selezionando la diversificazione più ampia. Si preoccuperà di fornire cartellini di informazione da offrire direttamente ai clienti; proporre la vendita di vino al bicchiere con il formaggio; migliorare la presentazione dei formaggi; far rispettare la stagionalità; proporre abbinamenti con salse tradizionali e non; recuperare gli scarti e proporre la preparazione di ricette con formaggio; consiglierà il modo migliore di conservazione.

Se è vero che la vendita di formaggio al ristorante comporta un lavoro extra, è altrettanto vero che un prodotto che costa 5 viene, in genere, rivenduto a più di 35 e quindi sotto un profilo economico è vantaggioso compiere alcuni sforzi per proporlo alla clientela.

Bruno Pistoni consulente enogastronomico

Non è poi da dimenticare che non si mangia formaggio senza bere vino. Spesso, alla fine del secondo piatto, le bottiglie sono vuote.

Ecco quindi che il formaggio rappresenta per il ristoratore un'occasione per incrementare il proprio giro di affari dando alla sua clientela un accenno in più di enogastronomia.

Bruno Pistoni