

## La capitale del gusto

# Dai superchef tante idee anticrisi

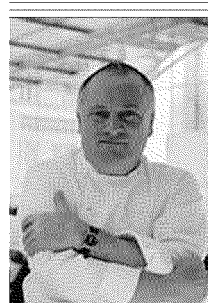
Valeria Arnaldi

■ Sarà una questione di effettive - e scarse - disponibilità. O di etica, per cui, perfino chi potrebbe spendere senza difficoltà preferisce stare attento ai conti. Ma la crisi fa sentire il suo peso anche a tavola. E perfino nelle grandi tavole, quelle che, dalla loro parte, hanno il valore aggiunto della griffe di un grande cuoco, già di per sé motivo sufficiente ad attirare molti amanti del mangiare bene. Abbiamo chiesto ad alcuni dei più rinomati chef capitolini di svelarci le loro strategie anti-crisi per far sì che sia sempre il gusto a vincere. «Mentirei se dicessi che il lusso è stato intaccato - commenta **Antonello Colonna**, signore dell'*Open Colonna* (via Milano 9; 0647822641) - ma è innegabile che pure le persone facoltose, oggi, complice la crisi, hanno deciso di non sprecare i soldi. I prezzi troppo alti vengono contestati per principio». Abbassarli, pe-

rò, non è l'unica soluzione. «Si può aumentare la qualità dell'esperienza - prosegue -. Pur non sentendo la crisi, io sull'opportunità o meno di certi prezzi mi sono già interrogato anni fa, prima che esplodesse il problema. Per questo ho mantenuto a 90 euro il menu degustazione, senza alzare il costo ma rendendo speciali le serate con piccole attenzioni, come regalare bombe calde da portare via per la colazione o, dopo mezzanotte, una copia del giornale».

Ha giocato d'anticipo pure **Andrea Fusco**, chef di *Giuda Ballerino!* (largo Appio Claudio 344; 0671584807), che, da due anni, propone un'offerta differenziata, da un lato il ristorante, dall'altro l'osteria. «È chiaro che non si tratta dello stesso tipo di esperienza - spiega -. In osteria si mangiano piatti più semplici ma comunque molto buoni e meno costosi. Qui, inoltre, proponiamo il pranzo a prezzo fisso(...)

segue a pagina 44



### BATTAGLIA

**Antonello Colonna** chef di «Open Colonna» al Palazzo delle Esposizioni

# C'è crisi? Gli chef cucinano idee

Dai «bonus» di **Colonna** al doppio locale (ristorante e osteria) di **Fusco**, dai piatti dimezzati di **Troiani** agli sconti «under 25» di **Pipero**, le trovate per fidelizzare i clienti

dalla prima pagina

(...) di 18 euro, venendo incontro alle esigenze di chi lavora, e la risposta è così buona che stiamo pensando di estenderlo alla cena, ma solo con la bella stagione, quando aumenteremo i coperti. Al ristorante abbiamo introdotto vari menu degustazione a prezzi fissi, da quello classico a 70 euro a quello che mangerei io, a 85, fino all'ultimo nato, un menu a 60 euro, incentrato su un ingrediente. Sono soluzioni con molte portate, che, a conti fatti, fanno pagare i piatti circa 9 euro l'uno, quindi, molto poco».

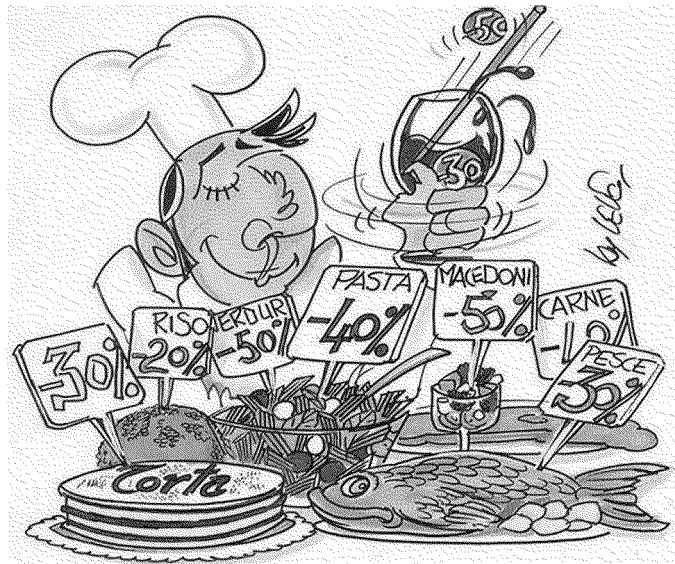
Al *Convivio Troiani* (via dei Soldati 28; 0668805950) il

cliente può farsi da solo lo «sconto». «Credo che la crisi abbia colpito tutta la ristorazione, anche quella più costosa - dice lo chef **Angelo Troiani** -. Noi, per contrastarla, puntiamo sui menu degustazione, con la possibilità, però, di togliere due piatti a scelta e, di conseguenza ridurre la spesa finale. L'altra strategia è l'introduzione di portate da degustazione pure nella carta. Ognuna delle nostre ricette può essere chiesta nella versione più piccola, ossia dimezzata, con una riduzione del 40 per cento sul prezzo. Ovviamente, il lavoro da fare è molto impegnativo. Basti pensare a una lasagna: non ci si può limitare a farla e tagliarla in

due un piatto, occorre realizzarla su misura».

La testa batte la gola, secondo **Alessandro Pipero**, anima di *Pipero* ad Albano Laziale (via del Collegio Nazareno 14; 069322251): «Anche noi ristoratori di fascia alta sentiamo la differenza in questo periodo. In parte, è colpa della crisi, in parte della mancanza di nuove leve che siano interessate a fare esperienze di gusto. Bisogna attirare i giovani e insegnare loro il piacere di mangiare bene. Non a caso, qui, gli *under 25* pagano la metà. Le persone, in generale, vanno sedotte usando la testa. Sì quindi a serate a tema, che proponiamo una volta a settimana, e sì al rapporto diretto con il cliente. Io, ad esempio, dopo la cena, mando in ricordo per mail il menu preso e mantengo informate le persone sulle iniziative tramite newsletter. È una questione di premure». Il *bottle sharing*, ossia la condivisione tra più tavoli della medesima bottiglia, sembra invece non convincere i romani. «Da noi si può avere tutta la carta dei vini al bicchiere, perfino le bottiglie da 1000 euro», dice Pipero. Vini al bicchiere o in degustazione, in un'ampia selezione di etichette, anche per gli altri chef. La linea è la stessa per tutti: «Offrire un'ampia scelta di bottiglie e non esagerare con i prezzi. La gente conosce le enoteche e i costi, il ricarico deve essere minimo».

Valeria Arnaldi

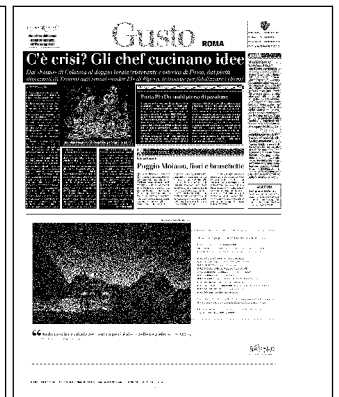


Ecco come il nostro Lele Crognale vede le «ricette» anticrisi

## Porta Pia Un sushi pieno di passione

I giapponesi associano il fascino del samurai alla seduzione del fiore di ciliegio. E non c'è sintesi migliore per cogliere l'esprit nipponico del Sakura Sushi di piazza di Porta Pia 122 (0644254329). I punti di forza del locale sono l'esperienza del sushi man, il malese Pang King San, e la materia prima (il fornitore di pesce è lo stesso della Pergola di Heinz Beck). Pang King San ha appreso l'arte della preparazione del pesce crudo direttamente in Giappone e il proprietario del Sakura Sushi l'ha «strappato» allo Shangri-La di Singapore. Aggiungere che il locale sfrutta un menu molto ampio (imperdibile il

Kaisen yakiudon, cioè gli spaghetti alla piastra con frutti di mare saltati), dove è lunga la lista di piatti che valorizzano tutte le qualità dei diversi tipi di tonno e ventresca, è quasi scontato. La cornice è un ambiente caratterizzato da un design affatto originale che mescola elementi della tradizione con oggetti della modernità. L'arma più efficace è però la passione di Xia Cui Jie, il proprietario del locale. È dal suo amore per la nostra cultura e la nostra cucina che nasce questa singolare forma di riconoscenza. Il rapporto qualità-prezzo del Sakura Sushi è sicuramente molto buono (40 euro circa).



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.