

BAR, ENOTECHE, RISTORANTI SONO DIVENTATI I NUOVI ASSET DI INVESTIMENTO LO CHEF CON TRE STELLE MICHELIN CHE GESTISCE LA PERGOLA DI ROMA È ANCHE UN BRAVO MANAGER CHE SPIEGA COME UNIRE CUCINA E BILANCI

Paola Jadeluca

Roma

Bar, enoteche, ristoranti: sono diventati i nuovi asset di investimento. Non più solo attori e cantanti famosi, nel settore del food&beverage arrivano fondi specializzati, come la Tip di Giovanni Tamburi che ha investito in Eataly, e lo stesso Eataly che partecipa del progetto Fico, Fabbrica italiana contadina, che aprirà i battenti a Bologna a breve. Ma non ci sono solo grandi progetti. Spesso sono proprio i più piccoli i più dinamici. Nell'ultimo lustro, dicono i dati Unioncamere, bar e ristoranti sono aumentati del 10%, ma tre su quattro non arrivano ai cinque anni e la metà chiude dopo meno di tre anni. Come insegna BarFight, il programma in onda su Sky Uno, l'idea innovativa è la chiave di volta, ma poi bisogna avere le capacità gestionali per portarlo avanti.

«I costi correnti devono essere coperti con gli incassi, e per farlo devi riuscire ad avere il pieno tutti i giorni», racconta Heinz Beck, lo chef con tre stelle Michelin che gestisce la Pergola, il ristorante sulla terrazza del Rome Cavalieri Waldorf Astoria Hotel di Roma. Beck è bravo ai fornelli, ma anche alla cabina di regia: ha una sua Srl, Beck&Maltese Consulting, in partnership con la moglie, Teresa: società che fattura, secondo Infocamere su dati bilanci Xbrl, poco meno di 600.000 euro l'anno. Un giro d'affari relativamente "contenuto" rispetto ad altre star dei fornelli.

Preferisce concentrarsi sul core business?

«Uno deve fare le sue scelte. Io ho ristoranti in tre diversi continenti e presto consulenza ad altri ristoratori, oltre all'attività di brand ambassador, per esempio per la Mercedes. Ho un portafoglio diversificato di business e ho fatto anche tanta Tv. La tv porta notorietà, ma poi si rischia di avere una sovraesposizione e allora meglio rallentare».

Come si fa ad avere sempre il pieno?

«Siamo molto focalizzati sul cliente e sulla qualità ma senza mai dimenticare che siamo comunque un profit center, il controllo dei costi è molto accurato, e anche gli investimenti vanno programmati con cura. Roma è una città internazionale ma è piena di ristoranti di gourmet. Il locale deve sempre essere rinnovato, ma nei tempi giusti».

La cucina richiede un grande investimento: tavolo refrigerato, conservatore a pozzo, forno misto per pasticceria, blocchi preparazione, decine di fornelli a induzione, abbattitore di congelazione, una vera e propria fabbrica del cibo.

«Nel 2006 abbiamo indetto una gara d'appalto e tra cinque marchi abbiamo scelto alla fine De Manincor: si deve fare un calcolo tra il costo e l'affidabilità, conta anche la durata nel tempo. Sono passati otto anni, non ha mai dato problemi, è ancora nuova. E' a induzione, prima o poi dovranno essere sostituiti i magneti, ma al momento stiamo andando bene. E' molto utilizzata e ha superato in modo brillante lo "stress test"».

Avete dovuto chiudere il locale, che significa non guadagnare.

«Due mesi e mezzo di chiusura grazie all'ottimizzazione del lavoro con il Kitchen designer.

Beck: "Idee, qualità e controllo costi così i fornelli diventano business"

Abbiamo dovuto anche rifare la canalizzazione dell'impianto elettrico, una nuova cappa. Ovviamente abbiamo anche dovuto preparare la clientela».

I clienti sono tornati?

«Abbiamo una grandissima clientela di habitué. Per questo dobbiamo innovare continuamente i nostri piatti».

I suoi più che piatti sembrano food art: dall'astice alla sfoglia di capesante ripiena di gamberi rossi con germogli di salsa mojito, al cioccolato fino alla sfera Ghiacciata di Melograno su crema alla gianduia e cannoli ai pinoli salati, tanto per citare alcuni classici. Le ultime novità?

«Il giardino d'acqua, il mare il sole la terra, i tortellini d'a-



natra con infuso di aghi di pino e crema di funghi porcini liofilizzata...».

Dalla Toscana a Dubai, da Londra a Tokyo. Ora ha fatto scalo anche all'aeroporto di Fiumicino.

«Nel nostro portafoglio abbiamo diversi concepts: dal casual dining al fine dining. "Attimi by Heinz Beck" all'aeroporto è un nuovo concetto di ristorante, dove si mangia fast con qualità slow, pasti prelibati nel giro di 30, 45 o al massimo 60 minuti: il viaggiatore cerca sempre di avere un livello di wellness superiore e il cibo è molto importante per il benessere. Il ristorante ha aperto da due mesi, e ci sta dando molte soddisfazioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL CASO

Tutti pazzi per lo sherry e il premium macina record

SONO SOPRATTUTTO I MILLENNIALS A FARE LIEVITARE LE RICHIESTE DI QUESTO VINO SPAGNOLO CHE, UN TEMPO DIMENTICATO, VEDE ORA RISALIRE LE SUE QUOTAZIONI

Lo sherry, liquore di Lgran moda nei salotti di Miss Marple, è in pieno boom grazie ai giovani, a parte dei giovani inglesi. I millennial hanno imparato ad apprezzare lo Jerez, come si chiama in Spagna, dove viene prodotto lo sherry. E sebbene giovani, non stanno attenti al prezzo, ma cercano proprio le etichette premium. «I volumi sono morti», ha commentato in un discorso al Prowein di Düsseldorf, Germania, che si è tenuto la settimana scorsa, Mauricio González Gordon, presidente di Gonzalez Byass, il gruppo che ha in portafoglio Tio Pepe, il brand più famoso al mondo di sherry. «Siamo entusiasti per i risultati e i produttori devono concentrarsi sull'incremento di valore spingendo più in alto il valore offerto», ha spiegato González Gordon.

Secondo le stime di Iwsr, International wine & spirit research, lo sherry di categoria premium crescerà entro il 2021 del 18%.

Un trend tutto in salita, grazie ai giovani e grazie alla loro capacità di apprezzare nuovi modi di bere

questo liquore. Anche gli esperti di Decanter, una delle bibbie del settore, vedono il 2017 come l'anno di riscossa dello sherry, in molti casi è affidata alla fantasia di sommelier o wine tender che esplorano tutte le tipologie dei prodotti e ne testano nuovi modi di gustarli.

«Lo sherry un tempo era principalmente apprezzato come aperitivo ma ora è sempre più vicino alla tavola, come mai prima, grazie agli chef e anche ai nostri trader», ha spiegato González Gordon.

Un'alternativa con diversi piatti, lo sherry è un vino fortificato che si declina in diverse tipologie: fini, secchi, più robusti, fino sapido, dolce. La bravura sta nel valorizzare le diverse tipologie con la temperatura giusta- ghiaccio, acqua- e l'abbinamento perfetto.

Palomino, Pedro Ximénez e Muscatel: sono tre i vitigni alla base dello sherry, e utilizzati in purezza oppure in blend conferiscono lo stile alle diverse etichette. Originario dell'Andalusia, lo sherry ha rappresentato per molto tempo un business importante per l'area di produzione. E ora, dopo una fase di crisi, sta rialzando la testa. (p.jad.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

messaggio pubblicitario con finalità promozionale

Banca del Piemonte
Private Banking

da più di cent'anni diamo valore alle famiglie che ci affidano i loro patrimoni, accompagnandole di generazione in generazione

www.bancadelpiemonte.it