



CANTIERI SULTANO



QUADERNO

VADEMECUM



CANTIERI SULTANO



DUE PROBLEMI
CAPITALI

DUE PROBLEMI CAPITALI

Se diamo per scontato che un cuoco sappia cucinare, sia cioè capace di trasformare il crudo in cotto, rispettando la fisica e la chimica degli alimenti, abbia una certa dose di immaginazione, sia curioso e quindi colto nel suo mestiere e nei confronti della vita, se, insomma, sia un cuoco vero e non a chiacchiere, allora, possiamo dire che si trova nella preconditione ideale per affrontare l'impresa di aprire un ristorante. Per compiere il passo, però, restano da affrontare e risolvere almeno due problemi che, da subito o in seguito, possono mettere in pericolo la propria attività.

Primo problema

All'inizio, pur non essendo un economo, qualcuno in grado di giocare con grafici e torte, senza saperne di più, ho redatto il mio business plan.

E in cosa consisteva? In un'analisi sincera delle proprie ambizioni.

Se hai delle ambizioni devi darti i mezzi, mezzi proporzionati allo scopo, altrimenti restano solo delle pretese.

Punto A: sapersi adeguare al posto che hai scelto.

Punto B: a chi vuoi rivolgerti, a che genere di clientela?

Punto C: cosa vuoi fare per superare i due precedenti scogli.

Nel mio caso, il primo obiettivo è stata conquistare l'attenzione e la fiducia di Ragusa. Il secondo, decidere che non avevo aperto un locale da sabato sera. Il terzo è che il Ristorante è un posto per festeggiare, dove si viene per poter ricordare, un luogo di attenzioni, di scoperte e di benessere. Nel mio Ristorante incontri il gourmet come il libero professionista, ma anche lo studente, l'operaio o l'artigiano, chiunque voglia regalarsi un momento fuori dal comune. A mano a mano, ho alzato l'asticella dei servizi, restando fedele alla mia idea di cucina, educata e coinvolgente, passionale e contemporanea. Così facendo dalla provincia di Ragusa, il cerchio della clientela si è allargato all'Italia, all'Europa e al resto del mondo.



DUE PROBLEMI CAPITALI

Secondo problema

Ovvero come non cadere nell'errore di dare la priorità all'estetica del locale.

Sembra una questione circoscritta e invece è un problema capitale che viene subito dopo il problema di cui abbiamo parlato sopra.

È chiaro che, per affrontare la nascita o la ristrutturazione di un locale, si deve avere la completa fiducia nell'architetto.

Ciò detto, l'architetto ha delle visioni, disegna lo spazio in base alla luce e all'utilizzo, ma è il cuoco, l'unico a conoscere la logistica di un ristorante, le necessità pratiche.

Insieme dovranno trovare un compromesso, in modo che il bello sia comunque funzionale. E di solito, se il rapporto tra i due funziona senza volersi imporre a tutti i costi, si ottengono dei risultati eccellenti. Un buono bello, un bello utile.





COME SI PENSA
UNA RICETTA

COME SI PENSA UNA RICETTA

La tradizione è l'innovazione di ieri.

Quando innoviamo dobbiamo pensare l'innovazione come qualcosa che duri.

La tecnica è un mezzo non un fine, altrimenti siamo nel campo dell'illusionismo.

La tecnica deve restare al servizio del contenuto. E il nostro grande, affascinante, contenuto sono i sapori.

Dobbiamo saper offrire il nostro mondo al mondo, evitando di essere troppo rudi o troppo presuntuosi.

Io mi siedo con tutti i libri di cucina, la mente sgombra. In quel momento, non c'è più niente. Ogni volta, parto dalla storia della mia terra, da quello che ho sotto i piedi, dalla donna di casa, dallo scrittore, dall'amico che si ricorda tutto, dal cliente saggio, dal rompiscatole sincero.

Allora, può scaturire l'idea, non ancora la ricetta. La ricetta ha una vita molto più complessa, perché da una parte dipende da una variabile infinita: è il frutto dell'esperienza individuale, di quanto hai

macinato fino ad allora.

Dall'altra è come scrivere un'equazione in cui si intreccino tecnica, forme, colori, consistenze, termica, tatto, duttilità, composizione.

Forse, si potrebbe aggiungere che una ricetta riuscita ha a che fare con il senso delle proporzioni, con il concetto di misura. In altre parole, con la capacità di individuare e usare i termini dell'equazione, uno per uno e tutti assieme.

Aggiungerei che anche un'equazione deve essere bella. Nella ricetta, la composizione fa la differenza.

Se, ad esempio, prendiamo in considerazione la *Triglia a pesce d'uovo*, che nel nome rievoca un'antica usanza siciliana, l'architettura del piatto contempla una mattonella frita di insalatina di pomodoro e pan grattato, la lisca croccante (infornata dopo averne legato la coda) il filetto di triglia inciso e imbottito di olive nere e una gelatina di agrumi a base di limone verde, lime, arance rosse.

Il piatto è completato dal profilo del pesce, disegnato con del nero di seppia, un bricco di sugo di triglia e un'arancia essiccata in forno da grattugiare sopra, come insegna la cucina araba.

Qui, la presentazione si sviluppa anche su un piano bidimensionale con il disegno a mano libera del pesce, che oltre a suggerire un che di giocoso, serve a mettere in evidenza la





stratificazione delle componenti principali. La costruzione delle ricette è sempre verticale, ogni strato ne segue o precede un altro per necessità, in base all'interazione dei sapori e delle consistenze, determinando una sensazione che influenzerà l'esperienza estetica e gustativo del piatto. In fondo, costruiamo una ricetta come si fa per gli edifici dove la forma che desideriamo dipende, comunque, dai materiali impiegati e dalle leggi della statica.

A tutto ciò, abbiamo aggiunto anche la vita, completando il piatto attraverso l'azione di versare la salsa e di grattugiare l'arancia. Naturalmente, capita spesso che alcuni degli elementi che potrebbero comporre una ricetta rimangano a lungo in attesa, sotto forma di appunti, spiando il momento giusto per imporsi.

Indicavo prima la variabile infinita dell'esperienza, ma accanto a questa ce ne sono altre: i piatti da cambiare nel menu, cercando di mantenere una curva di interesse simile a quella dell'elettrocardiogramma (un sali e scendi di emozioni, ora più forti ora rassicuranti) e la stagionalità.

Che ingredienti ho a disposizione tra giugno e settembre? Che tipo di carne, pesce, verdure?

Ma per scegliere che mettere nel paniere della spesa occorre sia una memoria storica, un palato selettivo; qual è il miglior pomodoro, la migliore erbetta... - sapendo ad esempio

che la foglia di basilico a giugno è tenera e, proseguendo nell'estate, diventa sempre più croccante - sia non farsi incantare dal mito sciocco del km 0.

Ricordo a quelli che lo citano che la Sicilia è poco più piccola del Belgio e che la mia spesa dipende dalla personalità del fornitore, dalla capacità di fare qualità insieme, difendendo l'onore del cliente.

COME SI PENSA UNA RICETTA

A mio avviso, tutte le ricette si dividono in due grandi categorie: le ricette originali, che sono il distillato dell'ingegno e del talento personali, dove affiorano con la personalità anche la ricerca e la passione del cuoco, destinate a trasformarsi in classici, e quelle che devono piacere.

Come diceva Auguste Escoffier, fonte d'ispirazione della Nouvelle Cuisine, i cuochi, prima di tutto, cucinano per gli altri, devono sapersi raccontare a iniziare dai propri collaboratori.

Restare oscuri, non farsi capire giova poco al mestiere. Può creare un alone di curiosità, ma alla fine stanca.

Dobbiamo, invece, offrire storie, immagini, sensazioni che si comunichino senza troppa difficoltà. Accettare dei compromessi, pur restando sinceri. Questa è la sfida giornaliera.

Tra le ricette "piacevoli", ammalianti, addirittura sensuali, metterei *Transumanza marina*, *Passeggiata in pescheria*.

Poi, accanto, trovi i piatti che definisco originali, logici, cerebrali nel significato di costruiti con la testa. Piatti intransigenti, iconici come *Ostrica e piccione*.

Senza peccare di presunzioni, i piatti originali nascono un giorno, ma non sono legati a un periodo particolare. Sono e basta come un'idea che cammina per conto suo nel mondo.





Vorrei concludere, tentando una sintesi estrema. Il valore di un piatto è direttamente proporzionale alla presenza di un elemento catalizzatore che letteralmente tiri i fili del cervello.

Queste due definizioni di catalizzatore mi paiono interessanti:

- a) *In chimica, sostanza che, presente pur in minima quantità, esercita sulla velocità di una reazione un'azione accelerante (o ritardante) prendendo parte agli stadi più importanti della reazione stessa, e poi rigenerandosi, per ritrovarsi così inalterata alla fine del processo.*

- b) *Persona, idea, avvenimento che esercita un influsso determinante su una linea d'azione o di condotta di cui già esistono le necessarie premesse.*

Scendendo su un piano pratico, porterei l'esempio del limone a pezzettini sul riccio che, per definizione, è un mangiatore di acidità.

Oppure, nella ricetta dell'ostrica con il piccione, il ruolo della patata che difende il piccione dall'ostrica, svolgendo la funzione di termoregolatore, conciliando la temperatura dell'uno (18/20°) rispetto a quella dell'altro (3/5°).

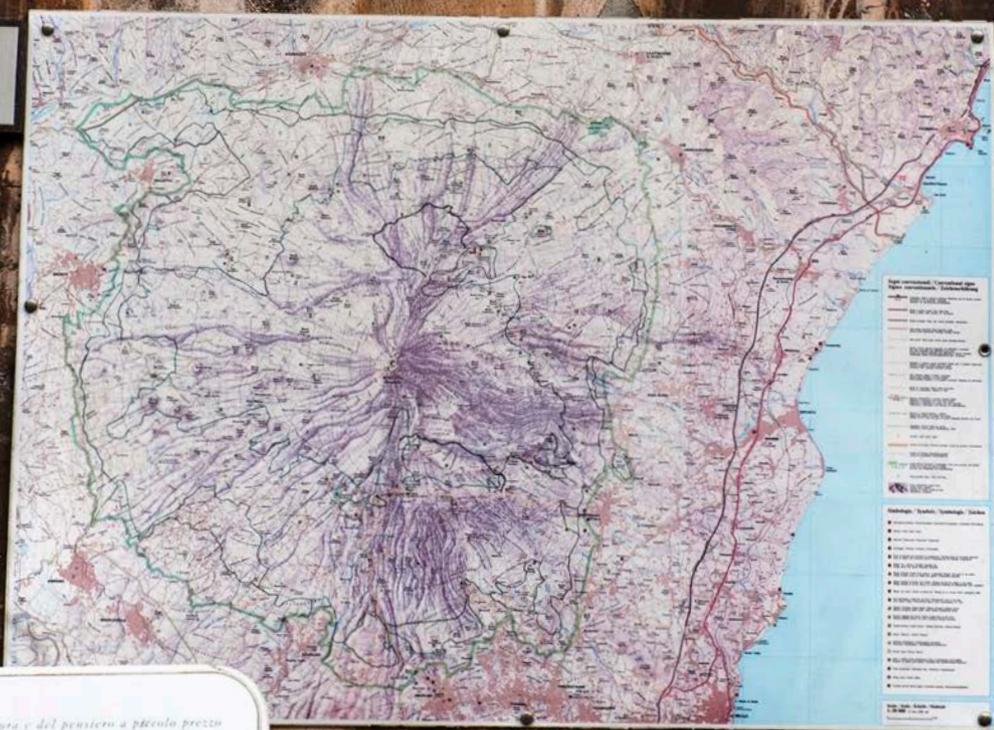
Ma anche negli spaghetti Taratata dove l'elemento catalizzatore è rappresentato dalla carota che, avvicinata alla bottarga, sprigiona degli aromi floreali e di frutta in un incontro tra terra e mare.





LA SICILIA

94



Bit
I grandi libri della letteratura e del pensiero a piccolo prezzo
LA BIBLIOTECA IDEALE TASCABILE



FORNITORI,
UNA RISORSA STRATEGICA

FORNITORI, UNA RISORSA STRATEGICA

*Chi difende l'onore dei fornitori,
difende il proprio onore di cuoco
e quello dei clienti.*

Per costruire una rete di fornitori, che sia all'altezza del nome, bisogna prima costruire una rete di fiducia e di conoscenze. Per farlo, occorrono almeno dai sei agli otto mesi di incontri, visite, discussioni.

Chi afferma di lavorare con degli ottimi ingredienti non dice nulla, mostra anzi tra le righe di seccarsi, di non avere una gran voglia di cercare le persone giuste.

Il fornitore giusto è, fondamentalmente, qualcuno che la pensa come te, un compare, un fratello.

Più che fornitori nel senso letterale del termine, sono persone che ti stanno accanto, sotto la stessa bandiera, in una comune battaglia.

Per potersi trovare a metà strada è indispensabile dare e ricevere rispetto.

Un rapporto molto più interessante e coinvolgente che poco ha che fare con l'espressione: fare la spesa.

Chi gongola, dicendo che va al mercato, ci e si prende in giro.

Ho dei fornitori che sono sempre gli stessi da venti anni. Un bel risultato che non cancella il pensiero di monitorare continuamente la qualità dei prodotti e dei servizi. Anche contando sul cento per cento di fiducia, se rilassi l'attenzione, se non rimani vigile, qualcosa accade sempre.

Il primo guadagno è nell'acquisto. C'è sempre il momento migliore per comprare, evitando di impoverire l'azienda.

Non è tanto quello che incassi, ma quanto ti rimane in tasca alla fine dell'anno.

Saper programmare, in questo campo, tenendo ben a mente quali sono i costi generali - tasse, personale e soprattutto i mesi di bassa stagione - è fondamentale per costruire il futuro e un proprio potere contrattuale. Le strategie di acquisto sono legate alle ricette e all'abbinamento dei vini.

Se, per la prossima stagione, punti a consumare quattrocento chili di gambero rosso, è ovvio che devi cercare un accordo. La stessa cosa vale, se scopri un'azienda che sa fare una passata di pomodoro, buona, salubre e che piace a più persone. Costerebbe molto di meno che farsela a casa. Ci guadagnano loro e ci guadagni tu.

Questo discorso si applica in modo particolare ai vini.

Ogni anno, rinnoviamo il trenta per cento della cantina che raccoglie 1.400 etichette. Selezioniamo un nuovo Champagne, un Franciacorta, un Prosecco, i bianchi fermi e i rossi.

Nel mio ristorante i produttori di vino sono chiamati in scena. Non cerco né propongo il vino della casa, ma offro loro un cartellone e un palcoscenico.

Si condivide l'impegno per qualcosa che è molto di più di una vetrina statica.

Le campagne promozionali si fanno insieme ai fornitori.

Per essere sulla piazza, per farsi conoscere al Ristorante due stelle Michelin Duomo di Ibla, poniamo delle condizioni precise e il novantotto per cento delle cantine risponde di sì. Accetta.

Solo grazie a questa reciproca disponibilità possiamo proporre ai clienti una degustazione da cinquanta a centoventi euro.





85

2017
Chateau
de la
Fam

2017
Chateau
de la
Fam

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017

2017



LA CUCINA

LA CUCINA

Come si sta in cucina? Regole?

In cucina, vige una gerarchia militare, se viene a mancare si aprono le porte al caos. È come navigare in mare aperto. Dal ragazzo di cucina al commis di cucina, dal cuoco di partita al piccolo secondo cuoco, al secondo cuoco, tutti, compreso il cuoco devono ubbidire. Il cuoco come il proprietario devono ubbidire metaforicamente al cliente; se quest'ultimo manca, probabilmente è il progetto d'impresa a zoppicare.

Riassumendo, vale il detto che chi non sa ubbidire non saprà né potrà mai comandare.

Come inizia e finisce la giornata?

La giornata inizia con l'acquisto delle derrate alimentari e dei prodotti igienici. Si saluta lo staff, si accenna a quello che bisogna fare, si domanda se qualcuno ha bisogno di chiarimenti o di aiuto nell'ambito del suo ruolo. Poi, una volta assicuratosi che tutto è a posto, si controlla se ci sono prenotazioni di clienti con intolleranze o menù per tavoli grandi che le comprendono.

Il resoconto scritto viene letto alla brigata e ognuno risponde con un sì forte e chiaro. Inizia, allora, il percorso di preparazione del servizio. Le pentole iniziano a sfrigolare e a borbottare. Alle 11 e 15, pulizia delle cucine, pavimenti compresi.

Verso le 11 e 30 l'intera famiglia va a tavola e per non essere vittime di esperimenti, il menu viene scritto settimanalmente. Alle 12 e 15 inizia un meeting dove si discute di pulizia, organizzazione dei frigoriferi, magazzini, stoviglie, trattamento dei cibi, igiene personale e, soprattutto di cosa è successo il giorno prima, se qualche ingranaggio si è inceppato, dei problemi legati al personale, al servizio di cucina e di sala.

Se necessario, durante l'incontro, un membro della sala, di solito il Direttore, si fa portavoce, mentre nei casi più ostici verrà organizzato un confronto tra sala e cucina. Inizia il servizio e sale l'adrenalina, ognuno prende posto nei vari ranghi.

Se qualcuno tende a distrarsi o a perdere il ritmo, un urlo «serrate i ranghi» rimette le cose a posto. Terminato il servizio ci si prepara per il prossimo e così via.

Alla sera, si lavora alle preparazioni, in parte già pronte fin dal mattino e si predispongono quelle da fare al momento.

Ore 19 e 15, inizia il meeting della sala, a cui, di solito, assistono i tre membri più importanti della brigata di cucina.

Nell'attimo di pausa dopo la cena del personale, si elencano tutti i punti di discussione, compresi carattere e necessità dei clienti che saranno presenti in sala.

Ci si confronta anche sui clienti del servizio precedente, osservando eventuali imperfezioni

rispetto allo standard stabilito; si studia come comportarsi con i clienti difficili. Inizia il servizio della cena, l'adrenalina risale alle stelle e si viaggia verso il nostro obiettivo: ottenere la soddisfazione di chi ci ha scelto. La felicità del cliente è la nostra felicità.

Comportamenti positivi?

Positivo è tutto ciò che accade durante la giornata e ti riempie di positività: staff pronto e reattivo, derrate alimentari che parlano tra loro quasi fossero vive, giornata di sole, cucina in ordine sia all'inizio della giornata sia durante la preparazione e il servizio, i membri della brigata che si intendono come se fossero tante molecole di olio evo che aiutati dall'acqua e da una proteina si fondono in un'unica emulsione. Questi sono comportamenti positivi, questa è una giornata positiva.

E negativi?

Essere arroganti, saccenti, avere dei complessi razziali, sessuali, religiosi non digeriti.

In altre parole, non aver capito che in cucina siamo tutti uguali, confini e differenze scompaiono e ci si concentra solo sulla

cucina. Chi non rispetta questo codice di comportamento si autoesclude.

Se è trasandato nella divisa e nell'igiene, al terzo richiamo, viene rispedito a casa.

Come sono organizzate le varie partite?

Le partite si dividono in 4 comparti: antipasti, primi piatti, secondi e dolci.

Sul modo di affrontarle, un buon esempio sono i dolci. La Sicilia ha una grande responsabilità. Il rischio per l'avventore gastro-scatenato è di trovare solo banalità. Siamo stati i primi a offrire il cannolo di ricotta come dessert al cucchiaino e interpretare non significa solo togliere, in una terra, la Sicilia, opulenta dal punto di vista gastronomico e sofisticata da quello dell'invenzione e delle tecniche. Sul dolce, in modo particolare, la tradizione va tradita con molta cautela.

Le altre nazioni, a eccezione della Francia, osano delle invenzioni spesso lontane dal concetto di dessert, perché non lo conoscono e non lo capiscono.

Per soddisfare la maggior parte della clientela, si parte da un dolce tipico e lo si attualizza, lo si modernizza. Il piatto rappresenta l'ultimo stadio di un lungo e complesso percorso storico.

Cucinare in Sicilia qualsiasi partita richiede la pazienza di un francescano, la

LA CUCINA

sensibilità di un benedettino di Catania del Settecento, la dolcezza di una suora novizia e la determinazione di un giocatore di rugby nel ruolo di pilone.

Come nasce l'idea di un piatto?

La nascita di un piatto rapisce tutti i sensi, è un turbine di emozioni, quando succede e dai il massimo diventa un evento. Qualcosa di indimenticabile.

Azzecare l'idea giusta presuppone una conoscenza assoluta delle risorse del territorio. Di fondamentale importanza sono l'aspetto duttile, tattile, termico, sensoriale, caratteriale.

Ci vogliono, al tempo stesso, tranquillità, felicità, sfrontatezza, grandissima curiosità, un po' di follia.

Come si rifinisce un piatto?

Con il rispetto delle temperature, la pulizia del pass, l'attenzione che tutte le parti siano ben confezionate, cucinate ed eseguite con tutti i crismi, basati sul buon senso e la professionalità.

Durante un buon servizio, dal pass transitano dai 350 ai 500 piatti tra piccole e grandi preparazioni, il rischio è sempre dietro l'angolo. Governare il pass è il lavoro più

complesso che ci sia. Impiattare è al secondo posto e al terzo c'è la plonge; senza una buona plonge la cucina rischia il big bang.

Pranzo e cena: i momenti di massimo sforzo e concentrazione?

Se è vero che il mattino ha l'oro in bocca, il successo dipende dal confronto e dal controllo, da come si imposta la giornata. In Sicilia, l'approvvigionamento idrico è un problema. Di conseguenza, il pensiero di potere rimanere a secco ci fa diventare ecosostenibili.

Avendo a disposizione degli spazi ristretti, siamo organizzati come se ogni capo partita fosse un pilota, con tutti gli strumenti sott'occhio e a portata di mano.

Principio valido anche e forse di più in uno spazio maggiore.

Il servizio dura, in media, 150 minuti; i momenti clou sono l'attacco, il cuore del servizio e la fine. L'inizio è importantissimo per dare fluidità al lavoro.

Lì sta tutta la maestria della sala, a non intasare la cucina di comande, provocando inevitabilmente delle lunghe attese.

Nel cuore del servizio, bisogna stare al passo e soprattutto mantenere il controllo senza perdere, per troppa adrenalina, il ritmo, sbagliare per approssimazione il confezionamento dei piatti.





L'urlo «serrate i ranghi» avviene di solito in questa fase. Il momento critico, per quanto ci riguarda con una sala di undici tavoli, si colloca tra i 25 e i 38 coperti. Facendo la somma, in un servizio escono da 450 a 650 tra piatti e micro preparazioni; uno sforzo enorme che richiede il massimo della concentrazione.

Infine, verso la fine del servizio, tra i secondi e l'uscita dei dessert, si annida il rischio che per la combinazione di stanchezza e abbassamento del ritmo, si vada in tilt.

Cosa può far nascere il panico?

Nella società della comunicazione, una brutta notizia fa sempre più clamore. Tempo fa, fu pubblicata la foto di una ricetta molto amata: *volevo essere fritto*, cannolo e gambero rosso di Mazara.

Dallo scatto appariva qualcosa che, di primo acchito, poteva essere scambiato per un capello. Se, invece, ingrandivi la foto ti rendevi conto che era un dettaglio della polpa del gambero. La foto dell'equivoco raggiunse in pochissimo tempo le 25.000 visualizzazioni. Questa è la tempesta perfetta in un bicchier d'acqua, un livello massimo di panico che non dipende neanche da te.

Come si riporta la calma?

Per il mio ristorante io cerco gladiatori, gente che non ha paura di affrontare gli ostacoli e che, soprattutto, non si fa intimorire dal tono della voce. Quando la brigata sbanda per paura o semplice distrazione, bisogna tirar fuori la grinta, ritrovare all'istante la concentrazione necessaria per svolgere le proprie mansioni. Nel gergo militare equivale al "serrate i ranghi".

Che rapporto deve esserci tra cucina e sala?

È un rapporto complicato, atavico, dove si mescolano problemi di orgoglio e di organizzazione. Una miscela esplosiva che può trasformarsi in carburante per il ristorante a condizione che le parti in gioco riconoscano i ruoli reciproci e lavorino insieme, a testa bassa, per la riuscita del servizio.

Dopo il servizio?

È il momento della riflessione. Si fa un elenco di quanto è successo, si chiariscono i punti in dubbio, si evidenziano gli eventuali errori, si avanzano soluzioni e si pianifica per il giorno dopo.







LA SALA

LA SALA

Cosa si controlla, entrando al Ristorante per una nuova giornata? Punto per punto.

La nuova giornata inizia con la lettura delle mail aziendali, di cosa ci scrive il mondo, dalle richieste di banchetti alle interviste, dalle forniture ai contratti, alle spedizioni e ai viaggi, dalle scadenze mensili alle fatture. Le prime attenzioni sono dedicate all'economia, all'amministrazione e alla logistica mensili.

Poi, tocca alla sala.

La pulizia è fondamentale. Si parte dall'ingresso e si procede in ogni sala. Con la luce del giorno, dopo aver terminato il controllo, ci si siede a un tavolo per osservare dalla prospettiva dell'ospite se rimangono polvere, ragnatele, impronte sulla mise en place.

Si controlla la stabilità del tavolo, la pulizia della tovaglia, della sedia.

Si guarda il tovagliolo internamente, se ci sono peli o macchie che la lavanderia può aver trascurato, sotto i piatti e sotto il tavolo.

Si passa la mano sui mobili, i vetri, i quadri, negli angoli dei ripiani. Si odorano i bicchieri, si controllano le posate che devono brillare e non avere aloni.

Settimanalmente, vengono svuotati e puliti a fondo i cassetti. Sui tappeti, lavati una volta al mese, si passa giornalmente l'aspirapolvere.

Per quanto riguarda i bagni, è essenziale l'assenza di odori. Se si avverte qualcosa è segno che il pavimento non è stato pulito e sciacquato a dovere; gli angoli nei bagni sono i più insidiosi, se non vengono puliti con la massima attenzione è lì che si accumula lo sporco.

Si prosegue con gli specchi, puliti e senza il minimo alone, così come i lavabi e tutte le superfici dei bagni. Guardare contro luce è il modo migliore per essere sicuri. Verificare che la carta igienica, le tovagliette per le mani siano sufficienti e in ordine.

Controllare i water, internamente ed esternamente, anche sotto il bordo, lo scopettino e il suo contenitore, le porte. Eventuali ventole aspiranti devono essere pulite regolarmente.

Poi, si passa all'esterno, si spazza davanti la porta, si puliscono i posacenere e si guarda da fuori. Come appare l'esterno del ristorante?

I vetri sono puliti? Le ante del portone? Il portaombrelli? C'è dentro dell'acqua?

Come si riceve il cliente alla porta e si accompagna al tavolo?

Si riceve con spontaneità senza affollarsi davanti ai nuovi venuti, senza sbracciarsi o irrigidirsi, senza scrutare come sono vestiti o come si muovono. Si sorride e si chiede il nome della prenotazione. Saputo il nome, lo si utilizza per rivolgersi al cliente. Un cameriere lo accompagna al tavolo su indicazione di chi lo ha accolto.

Prima però, se siamo in inverno, tenendo conto dell'esigenza di acclimatarsi, gli si domanda se vuole togliersi il soprabito. Consegnati i soprabiti a chi ha ricevuto alla porta i clienti, si procede all'assegnazione del tavolo. Il cameriere fa strada e fa accomodare per prima la signora, avvicinandole la sedia. Si chiede che tipo di acqua e la temperatura preferita e, poi, se desiderano dei cocktail. La terza domanda, durante l'ordinazione, è per conoscere eventuali intolleranze o restrizioni alimentari.

Come si presenta il menu?

Nel presentare il menu bisogna mostrare competenza e sicurezza. Si devono conoscere tutti gli ingredienti dei piatti, i procedimenti e la storia della ricetta, cosa vuole comunicare il Cuoco, chi sono i nostri fornitori e la provenienza dei prodotti.

Bisogna saper proporre delle alternative in caso di intolleranze o restrizioni alimentari.

Se il cliente è insicuro o ha delle esigenze personali, lo si ascolta con calma, senza mai infastidirsi, diventando scortesio. Il nostro compito è guidare gentilmente. Chi siede alla nostra tavola non ci conosce, dobbiamo accompagnarlo nella scelta. Il nostro compito non è solo di apparecchiare e sparecchiare, ma di proporre con garbo, muovendoci in maniera fluida, essendo consapevoli e addirittura orgogliosi del nostro compito: servire, contribuendo al benessere fisico e alla gioia del cliente.

Come si segue il tavolo?

Con attenzione, ma senza insistenza. Dobbiamo essere invisibili e pur sempre presenti. Captare qualsiasi segnale e comunicarlo al direttore e al Cuoco.

Si procede, seguendo le uscite con il cambio delle posate, la pulizia delle briciole, la miscita di acqua e vino. Essere sintonizzati con il sommelier, senza che si sovrapponga il servizio del vino con l'uscita del piatto. Seguire il servizio del pane e dell'olio.

A una domanda precisa o insidiosa, non si risponde mai «non lo so». Si invita il cliente ad attendere un attimo, perché qualcun altro gli possa rispondere.



Come si presentano i piatti?

Essere concisi non vuol dire essere telegrafici, essere precisi non significa essere prolissi. Si enuncia il piatto come è stato scritto sul menu, descrivendo gli ingredienti che si vedono e le eventuali modalità per gustarlo. Se il cliente lo desidera si aggiungono altre informazioni. Non si chiede mai se il piatto è piaciuto, solo se il cliente è visibilmente scontento o se non termina completamente il piatto.

Anche il tono della voce è importantissimo. Guai cinguettare un piatto! Niente cantilene, basta usare la propria voce, la stessa che si usa per parlare. Naturalmente, scandendo bene le parole e mostrando rispetto e considerazione per chi ci ascolta.

Come si parla al cliente?

La riservatezza è fondamentale, si deve avere la giusta distanza sociale, si da del lei mai del tu.

Come si affronta l'insicurezza e la timidezza del cliente?

Da buon padrone di casa, il nostro corpo deve dimostrare apertura e accoglienza; il nostro sorriso e guardarlo negli occhi lo metterà a proprio agio.

Come si affronta l'aggressività?

Comportandosi come un lord inglese. Aumentando il grado della nostra gentilezza, assecondando le sue richieste e accogliendo le sue critiche senza contestare, ma spiegando le nostre ragioni. Di fronte a una richiesta esagerata o non prevista dalla carta, si ricorda e si spiega cosa facciamo e perché lo facciamo in un certo modo e che, sicuramente, troveremo qualcosa che può interessarlo.

In questo caso, durante il briefing del giorno dopo, sala e cucina discutono insieme del problema avuto con il cliente per capire se è stato risolto con competenza e professionalità, se siamo stati incapaci di trovare una soluzione o come poteva essere risolto.

Si simulano diverse situazioni. Il direttore propone dei casi da risolvere e, tutti insieme, si stabiliscono le migliori strategie e soluzioni.

Come si ringrazia il cliente e si saluta il cliente?

Sempre con naturalezza, con un sorriso, con eleganza; sempre attenti mai svogliati o guardando altrove. Qualsiasi cosa si stia facendo in quel momento, se entra il cliente lo si saluta, anche se parlo con il mio collega o sono al telefono.





Cosa può far nascere il panico?

Sono molte le situazioni su cui si può innescare il panico. Quella principale nasce dal fatto che il nostro peggior nemico è il tempo, la cui percezione non è oggettiva, ma psicologica. Bisogna sapere che se l'attesa tra un piatto e l'altro supera, anche impercettibilmente, i dieci minuti entriamo in una zona rossa.

Confine minato che può, invece, essere superato, concedendoci altri cinque-dieci minuti se il tavolo è occupato da una coppia che è venuta a godersi un suo momento speciale, che ha ordinato una bella bottiglia, che, per definizione, vive un'emozione "fuori dal tempo".

La stessa elasticità può essere applicata a un pranzo di lavoro, dove i commensali hanno la necessità di discutere o di conoscersi meglio.

Per questi motivi, la prima misura antipanico è di portare subito qualcosa in tavola, gratificando chi ha fatto della strada per venirci a trovare. Il nostro gesto di riguardo è quello di proporre la lista dei cocktail e in meno di cinque minuti offrire qualche grissino, della carta musica e un amuse-bouche, per mettere le persone a proprio agio.

Un altro fattore di panico può essere determinato da un atteggiamento scostante del cliente. Quando, cioè, non si riesce

a capire cosa desideri. Una incomprensione perdurante che porta volontariamente o involontariamente fuori strada.

Per superare quel brivido freddo, l'unica alternativa è la naturalezza, l'umanità. Farsi incontro con il sorriso. Solo delle risposte sorridenti e propositive sciolgono la tensione.

Poi, c'è e capita sovente, l'errore umano, da cui si scappa, salvando il rapporto con il cliente, guardandolo fisso negli occhi, sostenendo il suo sguardo, non per un atto di sfida, ma mostrando che si è sinceramente dispiaciuti. Caso tipico è l'errore di prenotazione. Le persone arrivano e non c'è il tavolo. Ci si deve, allora, concentrare sulle soluzioni, ragionando con mente fredda. Per togliersi d'impaccio si può o far finta di niente o ammettere con grande sincerità il disagio, mostrandosi duttile nel tentativo di risolverlo.

Spesso, è utile poter contare su una rete di colleghi con cui scambiarsi favori in casi d'emergenza. Naturalmente, al momento di saldare il conto, uno sconto lascia capire che hai voluto rimediare, salvaguardando la moneta migliore: la fiducia del cliente.

Una delle preoccupazioni, fonte di panico, oggi più insidiose sono le allergie e le intolleranze alimentari. Si affrontano, prendendo informazioni fin dalla telefonata o dalla mail e curando che quest'ultime passino per la sala e la cucina.

In genere, nei nostri briefing, prepariamo un profilo di ogni cliente che metta in luce più aspetti possibili in modo che siano e si sentano riconosciuti.

Come si riporta la calma?

Ogni cosa ha valore nella vita e non si smette di imparare anche dalle esperienze negative. Ben vengano, dunque, degli errori che ti facciano crescere in consapevolezza, autonomia e conoscenza umana. Perché, l'errore non si ripeta uguale, occorre dubitare sempre, controllare e ricontrollare tutto, partendo dalla prenotazione. Assicurarsi, in maniera ossessiva, che le informazioni di base siano state condivise a tutti i livelli, dal primo contatto con il cliente alla cucina e alla sala. La comunicazione interna è essenziale per il successo di un ristorante, piccolo o grande, famoso o meno che sia.

E, infine, non farsi mai mancare una magia, capendo su cosa puoi far leva per riportare la serenità e riconquistare la complicità perduta. Un regalo può diventare l'ultima ratio. Tra il guadagno e la felicità del cliente non ci sono tentennamenti.

La sua soddisfazione è a garanzia della nostra reputazione, costi quel che costi.

Cosa insegna la sala?

La sala insegna a diventare padrone della situazione, qualunque cosa avvenga, a essere veramente presenti e in armonia con lo spazio, il tempo e le persone. Insegna anche a essere istrionici e camaleontici, ad abbandonare i nostri problemi fuori, a essere devoti al cliente; la nostra faccia deve sempre trasmettere sicurezza e serenità. La gente viene al ristorante per divertirsi e noi mettiamo in scena la loro felicità.

Il lavoro in sala insegna anche e soprattutto ad avere la massima igiene: una divisa pulita, un corpo fresco, senza odori, capelli in ordine pettinati e raccolti, rasatura perfetta, baffi o barba in ordine. Non sono ammissibili profumi invadenti, braccialetti vistosi, unghie non curate o sporche.

Un esempio positivo e uno negativo?

Quando un cliente si ricorda di te e ti porta un regalo anche piccolo.

Quando la negatività di una persona ti entra nelle ossa e non riesci a respingerla e ti addormenti con essa la sera.







LA CANTINA

LA CANTINA

Come si realizza una cantina equilibrata nell'offerta?

Non esiste una cantina equilibrata, esiste una cantina fatta da un buon portafoglio, poi, è ovvio, deve essere intelligente.

Si può realizzare una cantina in due modi: c'è chi la fa, costruendosi una tana di formiche e chi, avendo delle risorse la fa e basta. Per avere una cantina degna di questo nome, entrano in gioco sempre l'intelligenza e l'esperienza di vendita. Capire, cioè, a chi ci rivolgiamo.

Nel nostro caso, la cantina è frutto di 19 anni di lavoro. Per un buon 70-80 per cento del valore della cantina si tratta di etichette estere.

La maggior parte dei vini sono vini regionali, identitari, legati a un territorio. Per una ragione economica e di prestigio, essendo un ristorante due stelle Michelin, la cantina è perlopiù costituita da grandi etichette.

Il 15 per cento della cantina è fatta di vini nazionali e internazionali meno costosi, mentre 85 per cento della cantina rimanente sono vini costosi che ci consentono di ampliare verso l'alto la carta e di avere un buon staff di sommelier.

Al Ristorante Ciccio Sultano, la gestione di ogni bottiglia di vino costa tra i 20 e i 25 euro.

Come si calcola? Basta sommare le rotture dei bicchieri, la gestione energetica dei

chilowatt della lavastoviglie, l'acquisto della lavastoviglie, gli stipendi dei sommelier e aiuto sommelier, le tasse di assicurazione e di stoccaggio del vino stesso. La somma divisa per le bottiglie stappate in un anno dà la famosa cifra.

Partiamo da una bottiglia di vino che costa 8 euro ne aggiungiamo 25 e ancora non abbiamo guadagnato nulla. Da qui, l'importanza fondamentale dei sostenitori del vino, di quelle aziende cioè che ci sono vicine e ci aiutano a dar forma alla cantina.

Che tipo di investimento richiede, in termini economici e culturali?

In quasi due decenni, il rapporto tra spesa e vendita, oscilla tra un minimo di 80-110 mila euro a un massimo, calcolabile a inizio anno, di 200 mila euro. Naturalmente, il valore del rapporto non ha limiti di crescita.

L'anno prima, la proprietà e la sommelierie pianificano insieme per quello successivo. È essenziale trovare un accordo pieno, direi quasi intimo, tra i due attori; tanto nei gusti quanto negli obiettivi economici di vendita.

Il vino comprato va venduto, l'aspetto empatico - comprensione e collaborazione - è fondamentale. Lo stile del vino in cantina deve rispecchiare i propri gusti, ma soprattutto quelli dei clienti.

È necessario avere diverse tipologie di vino, in modo da non deludere le varie sensibilità. Il vino è vivo, non è fatto da noi, ma conservato da noi. La cura nella conservazione consente di mantenerlo uguale a se stesso e quindi unico.

Una buona cultura del vino è fatta dall'esperienza delle bevute, dal dono del palato, dalla conoscenza delle etichette che racchiudono in sé la storia delle annate, gli aneddoti dei produttori.

A tutto questo vanno aggiunti sorriso e savoir faire, elementi distintivi di un buon venditore. Il vino, oltre a dare felicità, è l'unico mezzo commerciale a disposizione del ristorante. È ciò che permette a un ristorante di avere una propria dignità economica.

Come si divide il portafoglio dei vini tra territoriali, nazionali, esteri, bianchi, rossi, bolle e rari?

Ogni anno si sceglie più aziende diverse per territorio: un bianco tipico, un bianco di taglio internazionale; stessa cosa per il rosso e per le bolle.

Si fissano gli stock, già decisi l'anno precedente in base alla pianificazione aziendale e al portafoglio a disposizione. Individuate le aziende, partono gli ordini, scaglionati in modo da non paralizzare gli spazi e, soprattutto, pagando in anticipo

in modo da accrescere il nostro potere d'acquisto. Non si consegna mai nei mesi caldi per offrire al vino le migliori condizioni di salute possibile in vista del suo futuro riposo.

La stessa campagna di acquisti viene attuata per i vini nazionali e internazionali. Va sottolineato il fatto che per gli internazionali, la somma che si investe punta al valore e all'unicità d'annate in modo che, negli anni, la cantina cresca di importanza. Per certe etichette italiane, tenute costantemente sotto osservazione, è abbastanza facile; la questione cambia e molto per quanto riguarda il resto del mondo, più difficile da gestire.

Qual è il modo fisiologicamente giusto per assumere vino?

Sicuramente, durante i pasti per due motivi fondamentali. Il primo, perché la combinazione del cibo e del vino esaltano le percezioni sensoriali; il secondo per via della presenza dell'alcool nel vino, che risulta diluito con la presenza di alimenti solidi nello stomaco, evitando così lo stato di ebbrezza.



Qual è la domanda che un sommelier deve sempre aspettarsi da una cliente?

La più bella è: «faccia lei»; l'altra: «mi porti la carta», dopodiché inizia il rito della degustazione: «gradisce un aperitivo, un cocktail, una bolla...» mettere una bevanda in mano al cliente che sostituisca degnamente l'acqua.

Quali sono i tipi di cliente più comuni?

Ormai, un cliente sempre più competente. Non c'è un cliente di serie a, b, c; c'è un cliente che ha voglia di divertirsi, di immaginare. Chi propone, seguendo la filosofia del divertimento, dispensa e ottiene benessere e non ha bisogno di ricorrere a metodi infimi...
Chi fa il sommelier di un ristorante del nostro calibro e non per una questione di stelle, deve essere tante cose, avere molta flessibilità e non arroccarsi sulle proprie tesi personali.

Pregi e difetti di ognuno di questi?

A un professionista degno di questo nome non interessano i difetti dei commensali, ma bensì la possibilità di trasformarli in opportunità.

Naturalmente siamo umani e a volte il bioritmo personale cozza con il rigore professionale. In questo caso, entrano in gioco i colleghi: il ristorante manager o il general manager che rimettono in pista il malcapitato e perso sommelier.

Come si sviluppa il rapporto con il tavolo? Dal primo approccio al suggerimento, alla spiegazione?

Nei bar, un tempo valeva una regola antica e universale: hai 3 metri di tempo per capire chi entra, il tempo che impiega un cliente per raggiungere il bancone.
Nel nostro caso, conta l'approccio: sorriso, giusta distanza, mimica corporea aperta, disponibile, sguardo diritto negli occhi, ma non per troppo tempo, perché non si tratta di una sfida, ma di dire: io sono qui per te. Serve capire le sfumature delle diverse nazionalità, il grado di conoscenza del vino, il budget a disposizione.
Non sei bravo se vendi il vino più costoso; sei bravo se vendi quello giusto per il ristorante e per il cliente.
Se capita il cliente senza budget, allora li si aprono le danze. La grande soddisfazione è quando il cliente arriva a farsi un regalo.

Qual è la successione naturale (salutare) in una degustazione?

Fondamentalmente, non esiste una successione naturale, esiste invece una logica di servizio che deve seguire la successione dei piatti, stando attenti a non incrociare vini troppo acidi con vini troppo morbidi.

Qual è la successione naturale (salutare) in un pranzo?

Sicuramente, è bene iniziare con una bolla per poi passare a bianchi poco strutturati, si può continuare con bianchi decisamente strutturati o con dei rosati. Vini rossi e vini da dessert completeranno il pranzo. Un distillato potrebbe essere la giusta conclusione dopo il caffè.

Quali sono i vini da bere fuori pasto?

Tutti. Dipende dalle circostanze e dallo stato d'animo.

Come funziona il legame tra cuoco e sommelier?

Il dovere del cuoco e del titolare è di far assaggiare i piatti. Di conseguenza, la campagna acquisti e gli abbinamenti girano intorno alla personalità e allo stile della cucina.



FRUIT
ZILLIEN
ESTATE PRODUCED AND BOTTLED BY
FEUDO PRINCIPI DI BUTERA
BUTERA - ITALY

FRUIT
ZILLIEN
ESTATE PRODUCED AND BOTTLED BY
FEUDO PRINCIPI DI BUTERA
BUTERA - ITALY

CONT. 4.5 L
6 BOTT. x 750 ML
PRODOTTO E IMBOTTIGLIATO DAL VITICOLTORE ESTATE PRODUCED AND BOTTLED BY
FEUDO PRINCIPI DI BUTERA
BUTERA - ITALY

Principi di Butera

PIGNANELLO

Principi di Butera

SOLAIA

TASCANO

VIGNA
BARBAGALLI

PIETRADOLCE

2015

TASCA

VIGNA
BARBAGALLI

PIETRADOLCE

Vigna & Sottocampi, 1984

VIGNA
BARBAGALLI

PIETRADOLCE

Vigna & Sottocampi, 1984

MASSETO



TENUTA REGALEALI

ALMERITA

Confessa

2010

TASCA

CONF. DALMERIA

TENUTA REGALEALI

CHARDONNAY



COME SI SELEZIONA
IL PERSONALE

COME SI SELEZIONA IL PERSONALE

Come avviene, di solito, il primo contatto?

Normalmente, il candidato si presenta, inviando una mail. E c'è chi la invia mettendo in copia altre aziende. Un'ottima scusa per cestinarla immediatamente.

Nell'approccio con l'aspirante collaboratore, la prima osservazione da fare è se ha studiato il profilo del ristorante. Chi siamo, cosa e come lo facciamo. Ciò dimostra un interesse per il luogo e non per un generico posto di lavoro.

Conoscere gli obiettivi del cuoco e lo stile della sua cucina permette di rispondere in maniera precisa alla domanda iniziale: perché hai scelto di mandare il curriculum proprio a questo ristorante?

Come si legge un curriculum?

Un curriculum si legge se è stato inviato, rispettando certi criteri.

Nel curriculum va scritto:

la posizione per cui ci si candida;

la cronologia dell'attività svolta;

una foto in divisa che rispecchi la propria mansione, quindi, mai foto in spiaggia, con gli occhiali da sole, a cavalcioni di una moto...;

tutte le referenze disponibili, allegate alla mail in carta intestata.

Dalla mail alla telefonata, cosa si può capire in più del candidato?

Un indizio importante è come viene formulata dal punto di vista grammaticale e sintattico la richiesta del colloquio e come è scritto il curriculum dal punto di vista formale e pratico.

Dopo aver letto, per quanto riguarda i cuochi e i pasticceri, chiediamo sempre di inviare le foto dei loro lavori.

Oggi, le tecnologie ci aiutano e non c'è quasi mai bisogno di incontrarsi personalmente. La regola è la videochiamata. Per prendere la nostra decisione, chiamiamo l'ultima struttura dove il candidato ha lavorato, chiedendo che impressioni ha lasciato.

C'è un tempo di prova?

Naturalmente. È importante vedere come il candidato si muove da solo e insieme con i colleghi. Noi, spesso, proponiamo di passare con noi dai sette ai dieci giorni, offrendo gratuitamente l'alloggio.

C I C C I O
S U L T A N O



davide groppi
per
CICCIO SULTANO





FORMAZIONE
COSTANTE

FORMAZIONE COSTANTE

Quali sono le regole base per stabilire un rapporto di collaborazione rispettoso e, soprattutto, efficiente?

Un leader si riconosce per almeno tre aspetti: l'essere consapevole del proprio ruolo; l'autorevolezza, la capacità cioè di guidare il gruppo, indicando, di volta in volta, la migliore direzione possibile; la competenza.

Se riflettiamo su questi tre aspetti, possiamo dire che, in misura diversa appartengono anche a chi collabora, pur rimanendo nel suo ruolo di subalterno.

Per ambedue, infatti, leader e collaboratore, la differenza si gioca sul senso del dovere, il rispetto di sé e degli altri.

Rispetto, in termini pratici, vuol dire lavorare sui propri limiti personali che non sono solo legati ai tratti caratteriali, ma riguardano anche il modo di comunicare e di ascoltare. Da una parte, siamo stati chiari nel dare un ordine? Dall'altra, siamo sicuri di averlo compreso appieno?

L'ordine deve essere formulato in termini che siano a prova di stupido. E, non può mai essere generico, tipo: oggi puliamo la sala. L'ordine è sempre rivolto ad personam.

Nella comunicazione interna, vige, il più possibile, il principio di identità: A è uguale ad A e B è uguale a B. La chiarezza dei concetti è anche la chiarezza della forma. Ci si esprime in buon italiano.

E perché tutti siano pronti a capire, non bisogna mai cambiare i termini del discorso. Se identifichiamo un luogo come cantina, non è ammissibile usare sinonimi.

Da cosa inizia e come continua la formazione del personale?

Dalle regole. Ogni servizio ha le sue regole di comportamento: la cucina, la sala, la sommelierie. Vanno studiate e applicate, Non va dato mai per scontato che tutti se le ricordino. Per scoprirlo, conviene, ogni tanto, fare delle interrogazioni volanti. Cosa stai facendo? Come lo stai facendo? Perché? Ripassare fa bene.

Insieme alla conoscenza scrupolosa delle regole è importante curare la serenità. Tutto ciò che crea disagio, che disturba il buon svolgimento del lavoro va espresso e non va tenuto per sé. Se metti il problema sotto gli occhi di tutti ci sono delle probabilità che venga risolto in tempi stretti, individuando gli errori e le incomprensioni.



FORMAZIONE COSTANTE

Un buon rapporto di collaborazione può evolvere ulteriormente?

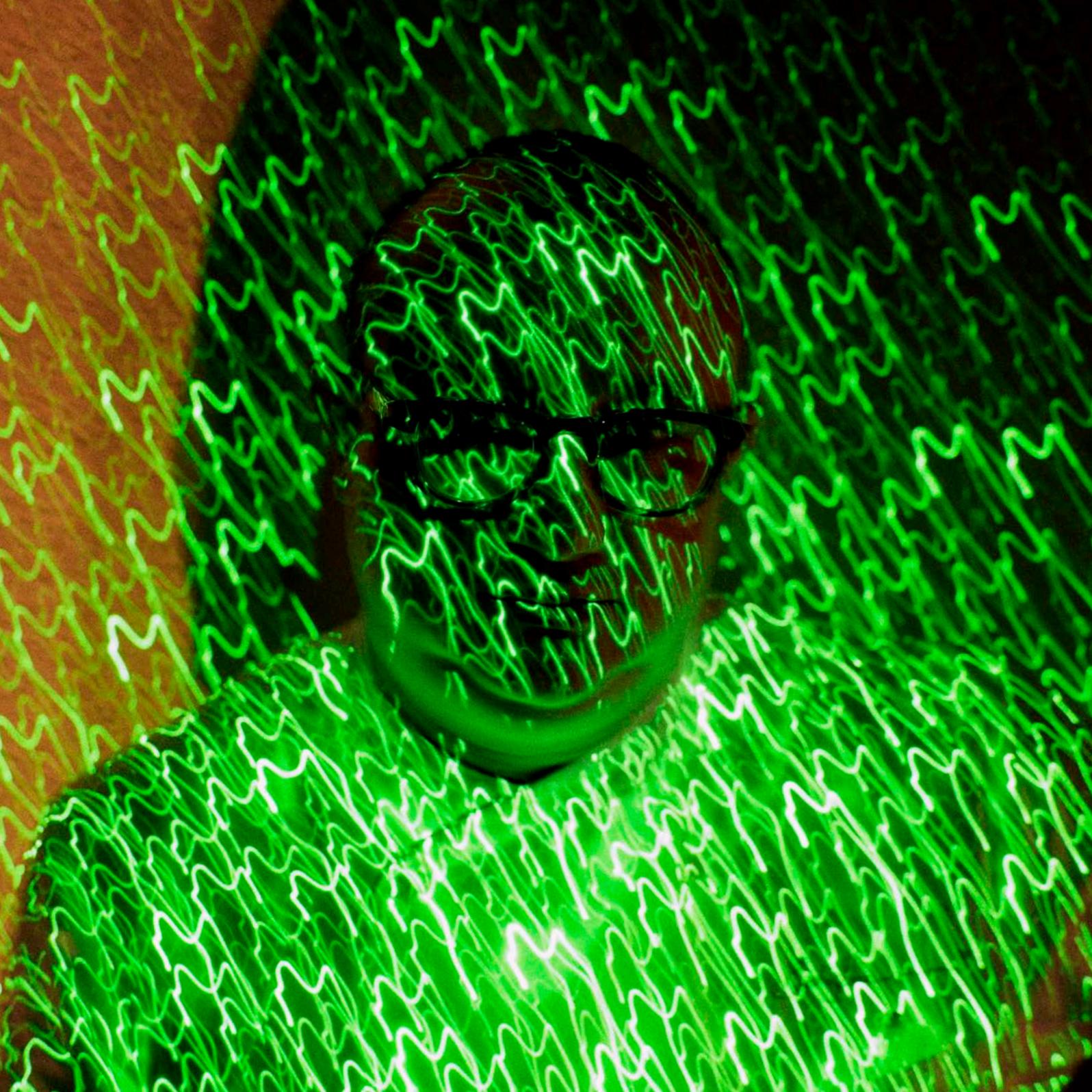
La scelta migliore per il buon ordine e la tranquillità di ogni impresa, tanto più un'impresa coinvolgente come un ristorante, è di tenere nettamente separati il mestiere e la vita privata.

Quando si può affermare che siamo riusciti a creare una famiglia professionale. Un gruppo strutturato, unito e affiatato?

Quando, tutti hanno compreso quali sono gli obiettivi e marciano di buon passo nella stessa direzione. Allora, possiamo dire di far parte di un gruppo coeso, spiritualmente libero e concentrato nella realizzazione dei progetti quotidiani.

Si può scivolare su una buccia di banana, ma andarsela a cercare, no.





LA COMUNICAZIONE

LA COMUNICAZIONE

Sono tra quelli che hanno iniziato subito a utilizzare i social. Uno strumento che corrisponde a ciò che penso della comunicazione. Quando ha iniziato ad affermarsi il potere dei blogger, sono diventato blogger di me stesso, liberandomi da possibili condizionamenti. Come si dice in Sicilia: *il morso del lupo si cura con il pelo del lupo*.

Comunicare per un cuoco e per il suo ristorante significa raccontare al mondo il qui e ora di ciò che pensi, fai, sogni.

Aggiungo sognare non per romanticismo, ma perché anche gli aspetti più personali hanno importanza.

La sfida è tradurre, in modo che sia comprensibile a tutti, un frammento di destino, le scelte e i luoghi di una vita.

Quando si scrive un post, le cinque regole da seguire sono le stesse del giornalismo: chi, cosa, dove, come, quando, perché. La prima è chi, per l'indiscutibile motivo che sono le persone a fare notizia, a catturare l'attenzione, a mantenerla viva, a condire di umanità i fatti.

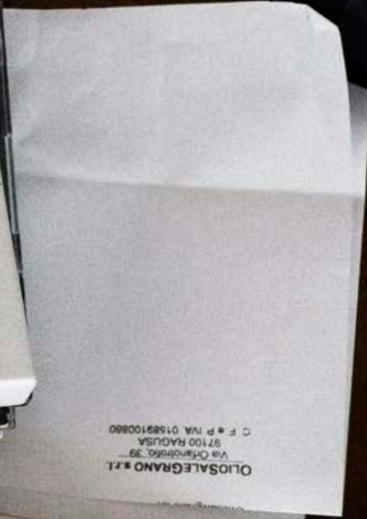
Il fine della comunicazione è la verità. Creare dei falsi miti è un'operazione che porta dei risultati immediati, ma effimeri. Io parlo di me, sono io e non una corporate. Quello che dico deve corrispondere a quello che faccio in base al principio universale che le bugie hanno le gambe corte.

Nella comunicazione, come per chi scrive un romanzo, è essenziale la storia, il pathos, in modo da coinvolgere il lettore fin dalle prime battute.

Sia in cucina sia nella comunicazione non aggiungo mai un pizzico... d'ipocrisia.

Ad esempio, trovo stucchevole la crociata sulle donne in cucina (troppo poche, troppo defilate). Ogni risorsa umana è indispensabile.

Nel mio ristorante, non sono ammesse differenze: di genere, di razza, di religione, di orientamenti sessuali. La dignità personale è sacrosanta e l'unico metro di giudizio è l'impegno che metti e il talento.



UNIVERSAL
MUSIC





Un'azienda sarà virtuosa se riuscirà a pianificare quest'anno cosa farà l'anno successivo e oltre. Vale per gli aspetti gestionali e vale ancora di più per la comunicazione.

A questo proposito, non mi sono mai preoccupato di comunicare direttamente, "per primo". Sono il mio canale ufficiale e la mia porta è sempre aperta a tutte le spiegazioni e agli approfondimenti.

Ancora un'ultima osservazione. Spesso si fa confusione su una questione molto semplice. Non è vero che i blogger hanno sostituito il giornalismo, ma semmai che il web è in procinto di sostituire la carta stampata.

Da cui si deduce che continueremo ad avere bisogno di bravi giornalisti sia nel ruolo primario di cronisti sia in quello più ampio di interpreti dei cambiamenti in corso.



FARINOTTI 2013

DEVOTO-OUI 2008

CHEF DANIEL BOULUD

LE CULINARIUM
HOW TO COOK

Beyond the Chef

DAR AUDIO





IL BUON SENSO
DELLA CRISI

IL BUON SENSO DELLA CRISI

C'è un atteggiamento che si risveglia a ogni crisi, in grado di modificare la nostra risposta di fronte a un cambiamento repentino, che produce degli effetti di lungo termine. Un atteggiamento di difesa, chiamato anche buon senso, che ci permette di affrontare le nuove necessità. Per raffreddare l'ansia e organizzare una risposta bisogna partire dalle cose pratiche.

Occorre, prima di tutto, contenere i consumi, circoscrivere le fonti di spreco. Per spreco si intende ciò che prima della crisi passava in cavalleria, non era conteggiato con l'attenzione dovuta e che, durante la crisi, rappresenta un risparmio e, automaticamente, un guadagno.

Accendere una cella frigorifera solo quando è necessario, risparmiare l'acqua, regolare l'uso del gas, gestire come una oculata massaia la tavola quotidiana del personale, sono gesti che, alla fine del mese e dell'anno, generano un inaspettato tesoretto.

Nel 2008, l'anno della grande crisi finanziaria, lo choc fu tale che dovemmo, dall'oggi al domani, cambiare l'economia e l'organizzazione interne.

Significava modificare le postazioni di lavoro, concentrando più funzioni in meno persone; per esempio, inserendo anche chi cucinava nei turni di lavaggio.

In linea di massima, in tempi di crisi, se da una parte il lavoro si contrae, dall'altra

aumenta proporzionalmente sulle spalle di chi deve governare la nave con meno equipaggio.

In carta, offrivamo piatti con e senza stelle, piatti da una, due, tre stelle, ma anche ricette che rientravano nell'offerta di un'ottima trattoria. Anche l'acquisto degli ingredienti seguiva questa nuova dialettica. La parola chiave è saper modulare, cambiare la partitura pur continuando a suonare una buona musica.

Questo è quanto è successo, ma con una fondamentale eccezione: il servizio.

Servire con classe, secondo lo stile Sultano, in sala, curando la somellerie, l'accoglienza del cliente dall'istante in cui varca la soglia a quando lo salutiamo, è un aspetto che non è mai venuto meno ed è stato, addirittura, potenziato.

Noi dobbiamo sempre investire nel buon ricordo.

Quando ti investe una crisi, la regola del buon senso non deve essere quella di aumentare l'offerta in senso quantitativo, piuttosto di migliorarla.

È più efficace diminuire le spese generali che aumentare i coperti.

Nel cliente, deve farsi strada la percezione reale, non fittizia, che la crisi non intacca la qualità, che ciò che vede, gusta e lo circonda vale oggi come valeva, fatte le debite proporzioni, ieri. E anche molto, molto di più.









KRUG

POST SCRIPTUM
COME GLADIATORI

POST SCRIPTUM COME GLADIATORI

Noi siamo gladiatori. Gente che entra, tutti i giorni, nell'arena e si mette in gioco. Se non afferra questo concetto, se non lo digerisci e lo trasformi in benzina, non solo sei fuori dal gioco, ma presto o tardi dubiterai di te stesso.

Ci vuole molta dedizione, molto senso del sacrificio e almeno il doppio di autostima. Non crolla chi sbaglia, crolla chi non è convinto di ciò che fa. E la cucina, la sala sono campi d'onore dove ci si batte insieme, spalla a spalla, dove non sono ammessi capricci, scuse, scorciatoie e atteggiamenti dettati dalla furbizia o dall'autocommiserazione.

Alla fine, non è una questione di età o di esperienza, per vincere le difficoltà ci vogliono maturità ed entusiasmo. Una sola di queste qualità non basta.

Oggi, più che in cucina, è la sala ad avere il nervo scoperto, a richiedere continui aggiustamenti, analisi, decisioni.

Commis di sala, chef de rang, chef de rang senior, maître, restaurant manager sono sottoposti a un'incredibile pressione.

Non è facile avere tutti i giorni il sorriso stampato in faccia. Non siamo mica al circo. L'unico modo per affrontare i clienti è di essere orgogliosi di ciò che fai. Non puoi servire se ti senti servitore.

Servire è un'arte, qualunque sia il tipo di locale. Da lì passa il sessanta per cento del successo.

Assorbire gli screzi del cliente e non reagire è sintomo di grande carattere, di umanità. Una centratura che non si può pretendere da chi sceglie di fare questo mestiere come un ripiego. Chi lavora in sala dovrebbe, a volte, camminare a piedi nudi per scaricare tutte le tensioni accumulate.

Naturalmente, all'impegno del singolo deve corrispondere un giudizio e una reputazione adeguate da parte dell'ambiente di lavoro e dalla proprietà che assume.

Siamo così moderni da rispettare lo chef de rang come una capo partita in cucina? Riusciamo a non essere classisti? Tutto parte da lì e dalla necessità di cambiare abito mentale, considerando il cameriere come un grande mestiere.

Può sembrare curioso di concludere questo secondo quaderno di Cantieri Sultano dando così spazio alla sala. Ma la scelta mi permette di sottolineare come il primo "servitore" è il titolare stesso del ristorante, il cuoco patron. È lui a girare tra i tavoli, a cogliere il significato degli sguardi, a fotografare i difetti, sia che gestisca una trattoria sia che conduca un locale gourmet. Quale è il posto che non si deve reinventare ogni giorno? Il successo come dice la parola stessa è già accaduto. La soddisfazione ha la porta sempre aperta verso l'oggi e il domani.

Qual è la prospettiva del tuo valore? Non ha limiti. Così come i due grandi argomenti all'ordine del giorno che ci accompagneranno per anni: la criticità rappresentata dalle intolleranze alimentari e il rispetto dell'ambiente a partire dal consumo dell'acqua e dell'elettricità e delle plastiche inutili a cominciare dalle cannuce per i cocktail.







LETTERA ALLA STAMPA
MARZO 2020

Più volte al giorno, la domanda che mi faccio non è che fare? Non penso che finita l'epidemia avrò voglia di trovare un altro lavoro né che potrei mai cambiare comportamento; a cinquant'anni, sarebbe una pagliacciata. Ho ottenuto dei risultati, restando curioso, continuando a prepararmi, mostrandomi sincero anche quando non era richiesto. Con tutti i miei difetti, non smetterò di fare il cuoco. Sgombrato il campo dall'ombra di una crisi esistenziale, la domanda giusta è come fare? In che modo, tenere insieme il prezzo e la sopravvivenza. Come incrociare i costi con le possibilità della domanda. Non credo che il desiderio di sedersi a una grande tavola, dove si compie una magia, scomparirà. Al contrario. Magari, succederà come già è capitato che un giovane cliente metta ogni mese da parte qualcosa per regalarsi una cena speciale. Clienti così determinati, appassionati e puri, sono quelli che ti danno la carica migliore. Forse, è un indizio sul come fare? Cuoco e cliente dovranno mostrarsi all'altezza dei rispettivi compiti. Sono complici non duellanti.

Quante volte, ho assistito a disfide sui piatti da parte di cuochi improvvisati senza parlare di grandi, oscuri, sommelier?

Per chi non ha pregiudizi e solo il desiderio di conoscere, di condividere, il termine più adatto è invito. Domani, andare al Ristorante sarà come rispondere a un Invito. Non per farne sfoggio, per un'elegante abitudine, per ingrassare, ma per riconoscenza verso la vita.

E la riconoscenza per questo nuovo tipo di cucina avrà a che fare con dedizione e complicità reciproche. Ci saranno meno tavoli, menu meno esagerati, forme diverse di pagamento, un servizio che confini con la dolcezza e solo qualche Premio che valga veramente. Diminuiranno le occasioni per annoiare il prossimo, le ricette della zia, dello chef rivoluzionario. La risposta a come fare è fare meglio con quello che ci sarà; trionfare non con la quantità, ma con la disponibilità, l'invenzione, l'affetto. Andare al Ristorante costerà il giusto in quel momento e per quel servizio, ma sarà un Invito che ti fa la vita.



IL LAVORO SI PAGA.
ALLA CONSEGNA



**CANTIERI
SULTANO**

IDEATO E PROGETTATO:
Ciccio Sultano

FOTOGRAFIE:
Marco Zanella
Benedetto Tarantino

PROGETTO GRAFICO:
Luana Gravina

COORDINATORE GRAFICO
Studio Fotogramma

STAMPA:
Parentesi

www.cicciosultano.it



La certificazione FSC®, Forest Stewardship Council, è il principale meccanismo di garanzia sull'origine del legno o della carta.

Si tratta di un sistema di certificazione internazionale che garantisce che la materia prima usata per realizzare un prodotto in legno o carta proviene da foreste dove sono rispettati dei rigorosi standard ambientali, sociali ed economici.

COPIA DI
