

Expo 2015

EXPO
MILANO

LA RISTORAZIONE SCALDA I MOTORI

di Alberto Anderloni, Massimo L. Andreis

A due mesi e mezzo all'apertura della kermesse, finalmente si delinea l'offerta ristorativa nel sito dell'esposizione milanese, con CIR food e Eataly protagoniste

Nel momento in cui scriviamo, l'area Expo è ancora un cantiere aperto, sorvolato da droni che rimbalzano le immagini della febbrile corsa contro il tempo per essere pronti il 1° maggio. Un milione di metri quadri che assomigliano solo vagamente alle forme e agli spazi che abbiamo visto nei disegni, e nei rendering pubblicati qua e là da stampa e tv. Uomini e macchine sono impegnati in un'opera di preparazione e allestimento che sembra senza fine. E a una manciata di settimane dall'apertura dei cancelli dell'esposizione universale milanese, anche i dettagli sull'offerta ristorativa non sono del tutto definiti. Eppure, le potenzialità della manifestazione in termini di presenze e quindi di business, non sono certo di poco conto. Gli appalti relativi all'offerta f&b relativi alle aree cosiddette "stecche" e ai "chioschi", hanno generato più d'una perplessità fra gli addetti ai lavori. A fronte di una richiesta di royalty tutto sommato accettabili, in molti hanno storto il naso di fronte ad investimenti giudicati troppo elevati per lo sviluppo di un'offerta che nella testa degli organizzatori dovrebbe essere all'insegna della "food experience", dell'evento nell'evento e ispirata da criteri di eco sostenibilità



e green public procurement non del tutto chiari. Ciononostante la situazione si è recentemente sbloccata: i due big della ristorazione di Expo saranno **CIRfood** ed **Eataly**. La cooperativa emiliana fra i leader della ristorazione collettiva in Italia gestirà 20 ristoranti e porterà 4 nuovi format mentre Eataly, il paladino dell'enogastronomia italiana nel mondo, proporrà altrettanti punti di ristoro ispirati ai gusti e ai profumi delle regioni d'Italia. A completare l'offerta ci penseranno poi i chioschi che, in base alle informazioni attualmente



in nostro possesso, saranno appannaggio dei seguenti brand/operatori: *Marinoni, Vaimo, Eurochocolate, Grom, Ferrarini, Juice bar, Illy, Davide Oldani, Coca Cola e Piada&Champagne*. Diamo uno sguardo da vicino alle offerte.

Expo secondo Eataly

Passeggiando nella parte centrale del cosiddetto Decumano, la via principale che attraversa l'area Expo da est a ovest e che simbolicamente unisce il luogo del consumo di cibo (la città) a quello della sua produzione (la campagna), troveremo l'offerta ristorativa targata Oscar Farinetti. Gli ottomila metri quadrati a disposizione di Eataly avranno nelle intenzioni dell'imprenditore piemontese, l'ambizioso obiettivo di narrare l'incredibile biodiversità della nostra penisola. A sottolineare l'intento ci sarà il claim, preso in prestito da una famosa ballata di Bob Dylan che recita: "The answer my friend is blowin in the wind". Come dire che è dall'incontro tra brezze marine e venti di montagna che nasce quell'incredibile, variegato mix di micro culture enogastronomiche italiane che tanto

successo hanno nel mondo. Nei padiglioni che avrà a disposizione Eataly, vedremo 20 ristoranti impegnati nel rappresentare i piatti tipici regionali, interpretati da una serie di ristoratori e chef stellati che ruoteranno negli spazi di expo con cadenza mensile. "Sarà una ristorazione esemplare di tutto ciò che si può trovare in Italia viaggiando da Nord a Sud", dice **Simona Milvo**, responsabile ufficio stampa di Eataly, che prosegue: "Al piano terra dei nostri padiglioni ci saranno i ristoranti regionali, quelli tematici e i corner dedicati alla tutela e alla conservazione dei prodotti di eccellenza. Al primo piano ci saranno invece degli spazi più confortevoli con circa 1000 coperti a disposizione dei visitatori. In queste

La stima dei consumi

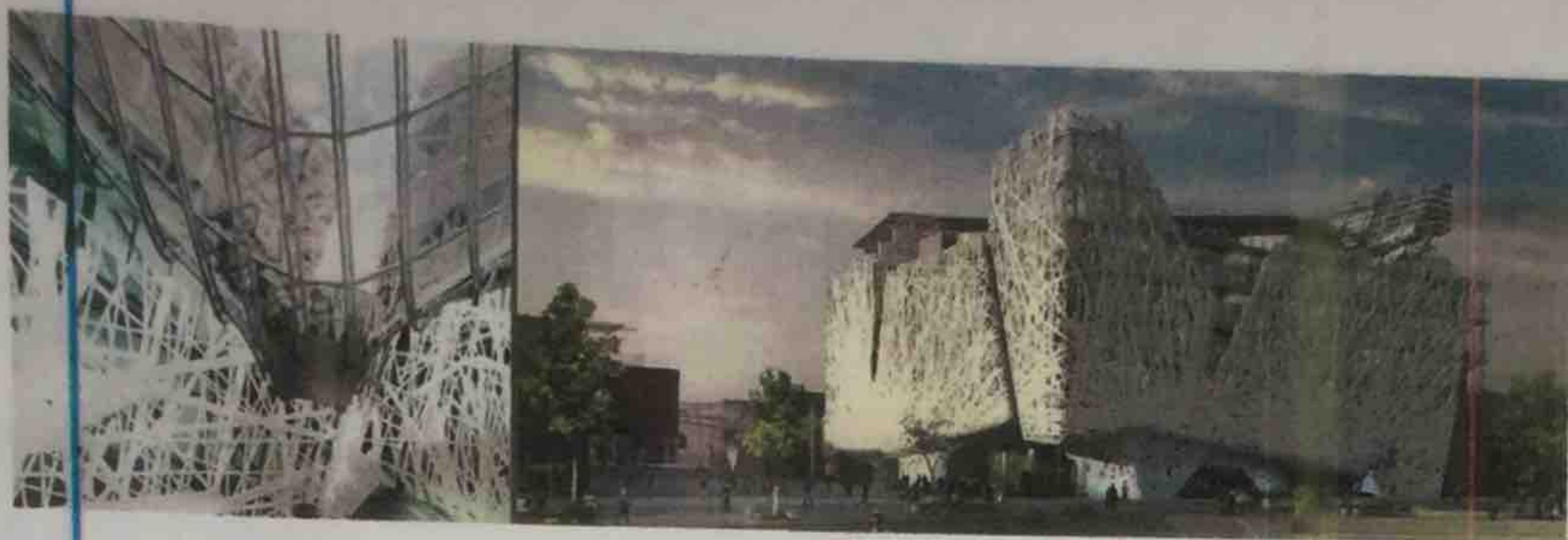
26 milioni di consumazioni
13 milioni di consumazioni nei 55 giorni di picco della manifestazione
13 milioni di consumazioni nei 129 giorni non di picco
10% colazioni
69% pranzi
17% snack pomeridiani
34% cene

aree ospiteremo anche alcune opere d'arte selezionate da Vittorio Sgarbi con l'intento di raccontare la ricchezza artistica del nostro paese".

Ad ogni ristorante regionale Eaty ha chiesto di proporre un menu composto di antipasto, primo, secondo piatto e dolce. L'intenzione di Farinetti è quella di comporre un'offerta "economicamente sostenibile" cui si potrà accedere anche attraverso la formula del "cofanetto viaggio" targato *eatinerari* che conterrà un volumetto su Expo, l'ingresso alla manifestazione e un coupon per la food experience.

A CIR food il 25% della torta

Pochi giorni dopo l'accordo con la catena alimentare piemontese, dopo le due gare andate deserte nei mesi scorsi per l'affidamento dei servizi di ristorazione nel sito di Expo 2015, con il parere favorevole dell'Autorità Nazionale Anticorruzione presieduta da Raffaele Cantone, la trattativa privata aperta nelle ultime settimane per assegnare la cosiddetta "ristorazione di servizio" del sito di Expo si è chiusa con la scelta di CIR food. Sarà dunque la cooperativa



emiliana a servire i pasti in 20 punti di ristoro da realizzare nei prossimi tre mesi e mezzo, data di apertura dell'esposizione universale: 3 all'interno di Cascina Triulzia e i restanti nelle "architetture di servizio", le costruzioni in legno realizzate lungo l'asse principale del sito, il già citato Decumano. A presentare l'esito della lunga gestazione è stato il commissario unico dell'evento, **Giuseppe Sala**, in una



affollata conferenza stampa presso l'Expo Gate costruito (tra le polemiche) davanti al Castello Sforzesco di Milano, cui hanno partecipato anche **Piero Galli**, direttore generale Divisione gestione evento per **Expo 2015** e, in rappresentanza di **CIR food**, la presidente **Chiara Nas** e il direttore commerciale e marketing **Giuliano Gallini**. Contrariamente a quanto previsto nei bandi di gara conclusi senza aggiudicazioni, Expo darà un contributo di 7 milioni e 750 mila euro per la

realizzazione dei punti di ristoro che contempla l'accordo. Soldi che conta di recuperare attraverso le royalty (a crescere dal 14 al 21% a seconda dell'andamento delle vendite nel corso della manifestazione) derivanti dai pasti consumati. Sono 7 milioni, per un costo medio unitario di 8 euro, quelli che CIR prevede di preparare e vendere nei sei mesi di Expo, il 25% di quelli complessivamente previsti. Quattro i nuovi format realizzati per l'occasione dall'azienda di Reggio Emilia: *Tracce - Alla scoperta dei sapori* per l'offerta self service, *ViaVai* e *Let's toast* per il quick service, *Chiccotosto* per il segmento caffetteria e snack.

"Una giornata positiva, la degna conclusione di un percorso iniziato a febbraio": così Giuseppe Sala a commento dell'intesa sottoscritta. "Quando facciamo i sopralluoghi settimanali sul cantiere, immaginiamo già quale sarà l'impatto sul visitatore". Per il quale, i tecnici prevedono una permanenza media di 6 ore e mezza nel sito espositivo, "il che ci consente di ipotizzare che debba concedersi almeno una consumazione in questo lasso di tempo", ha sottolineato Piero Galli. Per poi aggiungere "Saranno dunque 27 i milioni gli scontrini staccati complessivamente. Considerando che si tratta di visitatori provenienti da ogni parte del



mondo, occorre prevedere tipologie di offerta che incontrassero i gusti e le esigenze più varie, tenendo conto al contempo di allergie e intolleranze".

Necessità cui CIR food promette dare puntuale riscontro, forte di "una esperienza nella ristorazione commerciale e in concessione derivante da 111 punti di servizio attivi in tutta Italia, che danno lavoro a migliaia di persone", ha spiegato Gallini. Di queste, alcune centinaia verranno spostate nei ristoranti del sito milanese, andando ad affiancare numerosi nuovi collaboratori che gravitano nell'area, selezionati per l'occasione, portando a circa 500 le maestranze occupate complessivamente.

"Il tema di Expo, 'Nutrire il pianeta, energia per la vita', è il nostro", ha spiegato a sua volta Chiara Nasi, "perché servire pasti a grandi collettività è appunto ciò che prevede il mestiere che facciamo". Un compito che non è scindibile dal desiderio di approfittare dell'occasione per esaltare, anche agli occhi di turisti provenienti da tutto il mondo, un modello culturale applicato alla ristorazione che contempla "italianità, tradizione, qualità e sostenibilità: gli elementi irrinunciabili di quella tradizione innovativa che sarà alla base del nostro lavoro".

I nuovi format della coop

Ma vediamo più da vicino i nuovi format di CIR food: ogni brand sarà presente con 4 locali sul sito espositivo. I ristoranti free flow Tracce proporranno piatti d'impronta italiana, alla scoperta di sapori tra tradizione e innovazione, abbinati ad un arredo attento all'ambiente ed all'elevata riciclabilità dei materiali. Viavai è una rivisita-

zione innovativa e in chiave moderna del self in versione snack, una formula che concilia la regionalità e la semplicità dei piatti della tradizione italiana con la fragranza dei prodotti da forno. Let's toast è la rivincita del pane in cassetta, un format dedicato a questa tipologia di pane abbinato a ricette gourmet che rappresenta la rivisitazione di una formula fast food con la preparazione espressa di toast e tramezzini fatti con pane in cassetta rigorosamente fresco, secondo tante ricette semplici ma sfiziose. Infine, Chiccotosto, che a gennaio ha visto tagliare il nastro



alla prima location proprio a Milano, nella galleria commerciale dell'ospedale Niguarda, è un format innovativo per la caffetteria snack, che coniuga l'incontro di nuovi arredi dominati da un mosaico a ricette di "bombonerie" dedicate ai borghi italiani.

"Tutti questi locali saranno inoltre caratterizzati dalla multimedialità offerta ai clienti: postazioni tablet per la navigazione free a cui si aggiungono postazioni per la ricarica in sicurezza dei propri mobile device", ci spiega Giuliano Gallini.

"La scelta di puntare su questi nuovi brand nasce dalla volontà di testare locali adatti ad un pubblico internazionale, in previsione di un'internazionalizzazione che potrebbe ora rifocalizzarsi sui mercati europei. E, più in generale,

sul mercato della ristorazione in concessione (autostradale, ferroviaria, aeroportuale, in centri commerciali), ove intendiamo crescere", gli fa eco **Daniele Ferrari**, direttore divisione ristorazione commerciale della cooperativa.

In tutto, le sedute previste nei locali gestiti da CIR food saranno 3.500 circa. I prezzi saranno alla portata di tutte le tasche: dai 12-14 euro dei locali a marchio Tracce si scende a circa 7-8 euro di media, considerando le altre tre insegne. Per far fronte alla concorrenza delle altre proposte food&beverage presenti nel sito espositivo,

Società Civile che Fondazione Triulza ha affidato a noi", rilancia Ferrari.

Come ha sottolineato Chiara Nasi, il tema dell'esposizione milanese è in piena sintonia con la realtà che guida: "Esiste una forte affinità tra il tema centrale e lo stile di CIR food", ribadiscono i due manager, che ci hanno accompagnato nella più approfondita disamina di criteri e contenuti dell'intesa con l'ente organizzatore della kermesse meneghina, "vale a dire promuove la diffusione di una tavola pubblica rispettosa dell'ambiente e della biodiversità, offrendo una cucina buona a prezzi ragionevoli. Cerchiamo di coniugare sostenibilità e accessibilità, ovvero qualità a costo contenuto grazie a ricerca e innovazione. Cercheremo di tradurre questo impegno anche attraverso workshop nei locali di Expo sul tema: Vivere il cibo, solide radici per nutrire il futuro".

I lavori di allestimento dei locali di CIR food sono già cominciati, e se ne prevede l'ultimazione entro la metà di marzo. Inutile negare, infine, che Expo rappresenta "un'ottima vetrina nazionale ed internazionale per promuovere i nostri nuovi format di ristorazione commerciale", chiosa Gallini. E, aggiungiamo noi, tutto il made in Italy, compresa la capacità di mostrarsi all'altezza di un evento di portata mondiale, senza più perdite di tempo, provincialismi e, come accaduto nei giorni scorsi, iniziative discutibili organizzate sfruttando il logo di Expo. Milano, che negli ultimi anni ha cambiato il proprio skyline, adesso deve cambiare passo e, come auspicato da tutti, mettersi a capo della rinascita italiana. Partendo proprio dall'esposizione universale.