

AROMI ADDITIVI SEMILAVORATI

INGREDIENTI ALIMENTARI

Novembre/Dicembre 2020
anno 19 - numero 113



 **LEBEN
INGREDIENTS**

www.lebeningredients.it

Poste Italiane spa - Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 (Conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1 comma 1 MBPA NORD OVEST - n. 6/2020 - IP - ISSN 1594-0543


**CHIRIOTTI
EDITORI**

10064 PINEROLO - ITALIA
Tel. 0121393127 - Fax 0121794480
info@chiriottieditori.it



Il Self-Kitchen Restaurant

A cura di
Paolo Barichella
Food designer

L'implementazione di una *Smart Kitchen*, si prefigura come nuovo modello applicabile a vari ambiti e circostanze all'interno dei quali è richiesta la ristorazione come servizio.

Una declinazione estremamente interessante e particolarmente attuale per determinati contesti è quella del *Self-Kitchen Restaurant*, una sorta di spazio all'interno del quale il consumatore completa da sé delle proposte alimentari semi-lavorate, facendole diventare in un paio di minuti veri e propri piatti che potrebbero tranquillamente uscire dalla cucina di un buon ristorante.

Il concetto estende a preparazioni più "ristorative" quanto già avviene da tempo durante il *breakfast* negli alberghi in cui è il cliente a prepararsi tutto in autonomia, coadiuvato da un addetto che assiste e interviene per le pulizie, la sanificazione e il supporto di tutto ciò che necessita per compiere l'attività.

Un *Self-Kitchen Restaurant* è un'evoluzione del *Micromarket model* dotato di aree relax e di preparazione organizzate e gestite attraverso pasti destrutturati di

altissima qualità e da completare in un paio di minuti grazie a macchine, prodotti, procedure semplici e programmi preimpostati. Lo spazio di preparazione è dotato di sistemi



di rigenerazione di semplice utilizzo e strumentazione automatica per evitare le preparazioni complesse (di cucina) e ottenere un risultato all'altezza di un buon piatto di uno chef.

Il modello trova un'ideale collocazione in sostituzione di spazi mensa e pranzo, già fortemente ridimensionati per via delle norme anti-covid, in *living* ricreativi autogestiti accessibili in fasce orarie differenti, anche 24/7, posizionati in *co-working*, *aree food*, *self-kitchen restaurant semi-attendant*, *hotels*, *resort*, *New Retail* e *concept store*.

Nuovi spazi di lavoro e nuove aree che si basano su modalità inedite di servizio e forme di collaborazione tra colleghi su modello partecipativo in regola con le norme prossemiche e anti-covid.

Il format ideale impiega al massimo un addetto in assistenza alle persone che occupano e abitano aree collettive condivise, come gli spazi di lavoro in *co-working* o di servizio in hotel, per arrivare a gestire aree di stazionamento in cui le persone si sentano a proprio agio come nella propria cucina o salotto. Efficace alternativa per sostituire gli spazi mensa e le aree comuni negli hotel e *living* rivoluzionati dalla pandemia.

I prodotti sono conservati ed esposti in frigoriferi professionali con vetrina, che possono essere dotati di collegamento a sistemi di cassa digitale o ad altri sistemi di pagamento elettronici.

Sebbene il modello sia estremamente inedito e innovativo, il concetto che ci sta dietro è in realtà estremamente testato e collaudato nel tempo ed è applicato in molti ambiti.

Uno degli esempi più noti è fruibile nei supermercati con l'area casse fai-da-te dove un solo

addetto gestisce mediamente sei casse automatiche a uso dei clienti.

Molto più diffuso e basato sull'autogratificazione divertendosi è il concetto che sta dietro all'effetto Ikea. Si tratta del processo mentale che fa sentire particolarmente legati a un oggetto per il semplice fatto che lo si è costruito. Nel caso dei mobili Ikea più diffusi in realtà è un assemblaggio, ma il principio è lo stesso, come per una scatola di

Secondo lo psicologo del comportamento Dan Ariely, l'effetto Ikea ci coinvolge in qualunque attività che preveda il raggiungimento di un risultato tangibile è facile da spiegare: "Quando lavoriamo di più, e investiamo un po' di tempo e impegno aggiuntivi, percepiamo un maggiore senso di titolarità e pertanto godiamo maggiormente dei frutti dei nostri sforzi". Quello che ci spinge è puro egocentrismo,



lego o un puzzle. In un *Self-Kitchen Restaurant* è un piatto con pietanza da consumare seguendo il medesimo concetto partendo da un kit in *meal solution* fatto di più componenti separati.

Effettivamente, Ikea ha basato il suo successo sulla separazione tra produzione e montaggio a cura del cliente. I mobili sono costruiti specificatamente per essere confezionati smontati e montati in un secondo momento secondo necessità.

la soddisfazione di essere riusciti a fare qualcosa ci fa sentire dei bravi bambini, gratifica e alza la considerazione di sé.

Semplificare il montaggio (in parte) per immergere il cliente in questo effetto di soddisfazione e realizzazione personale è il medesimo percorso che va effettuato in un *Self-Kitchen Restaurant* nello sviluppo di soluzioni alimentari. Il segreto è quello di consentire al cliente di metterci un po' di sé con il proprio "ultimo



tocco". Le proposte sono progettate appositamente per questo scopo: permettere al cliente di ultimare tutto in perfetta autonomia.

Come in un ristorante stellato, il piatto deriva da una linea di

ingredienti pre-trattati, preparati e conservati per essere assemblati e finiti in modo espresso quando il cliente richiede un piatto in menu.

Nel *Self-Kitchen Restaurant* si ricorre agli stessi preparati di un

ristorante stellato, confezionati in modo differente, con semplici istruzioni, pronti per essere assemblati completando il piatto con la stessa qualità del ristorante.

Negli ultimi anni non sono mancati i tentativi di utilizzare questa formula, anche se non per l'intera proposta di un ristorante, per gestire prodotti alimentari in ambito specializzato, come ad esempio il gelato.

Esistono catene di locali che sono molto più di semplici gelaterie. Veri e propri luoghi d'incontro, di scambio e di condivisione, un posto magico in cui il gelato diventava il punto cardine di un'esperienza unica. Il modello si basa sulle macchine Soft e offre la possibilità di riempire una coppetta, guarnirla a piacere con salse, praline, creme e quant'altro e presentarsi in cassa dove per mezzo di una bilancia lo si paga al peso. Il post-Covid aprirà la possibilità di sviluppare nuovi format rivoluzionari anche come modello di business, adatti ad entrare in specifici contesti e circostanze dove assemblarsi il cibo in casa o fuori casa sia un valore aggiunto.



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

**SE VUOI RIMANERE AGGIORNATO
SU TUTTE LE NOVITÀ DAL MONDO
CONSULTA IL NUOVO PORTALE**

www.foodexecutive.com