

Le "Milanesi" riccamente vestite

Cotoletteria

Le Milanesi alla riscossa



Una ricca Valdostana con fontina e funghi. Sotto, Giorgio Morocutti e Marcello Michi, creatori del concept La Cotoletteria

Arrivano le cotoletterie con
Dopo la prima esperienza pilota è
ricco menù a piatto unico
pronto il lancio. Sviluppo in affiliazione

Una locale che serve solo cotolette. Sì, proprio le classiche fettine impanate, ma proposte in tante varianti di farciture. Quasi come fossero dei tipi di pizza: Rustica, Caprese, Tirolese, Valdostana. L'idea è venuta a Giorgio Morocutti e Marcello Michi. Quest'ultimo fa parte di una delle grandi famiglie della ristorazione italiana, la dinastia che discende dalla celebre Bice Mungai, e oggi dirige il ristorante Da Ilia a Milano, mentre Morocutti ha alle spalle un'esperienza pluriennale nel settore dell'arredamento e dell'illuminazione ed ha aperto da qualche anno un ristorante nel centro di Verona, La Taverna degli Angeli. Proprio qui è stato testato il primo menù all'insegna della cotoletta, affiancato però a proposte di cucina più classiche. Ora è pronto sulla rampa di lancio il progetto di sviluppare l'idea dando vita a una rete di locali esclusivamente dedicati a questo piatto, caratterizzati dall'insegna (già registrata) "La cotoletteria". Le milanesi riccamente vestite: i due partner si sono divisi i compiti: mentre Morocutti gestirà la parte commerciale e il marketing dell'iniziativa, Michi seguirà gli aspetti più strettamente legati all'offerta gastronomica. L'idea alla base del progetto è semplice: la cotoletta è un piatto trasversale, apprezzato con uguale entusiasmo da giovani, vecchi e bambini, italiani e stranieri, persone dai gusti semplici ma anche sofisticati gourmand: «Da



Ilia a Milano - spiega Michi - ne servono almeno 50 al giorno. A richiedermele sono soprattutto gli stranieri, americani e giapponesi in testa».

Fantasia in cucina. È la cotoletta, sempre di più, piace guarnita, magari sfiziosa. Via libera alla fantasia, allora, che ha portato Michi a elaborare un menù di oltre una decina di varianti "vestite", giocando con l'alternanza di vari ingredienti cotti o crudi, tra cui quasi sempre un tipo di formaggio (Emmenthal, mozzarella, Asiago, pecorino, Parmigiano). Il prodotto è concepito come un'alternativa alla pizza: «La cotoletta fornisce proteine buone - concordano i due - e non bisogna demonizzare il fritto, sempre che sia fatto a regola d'arte, cambiando l'olio». L'offerta de La cotoletteria punta sul piatto unico: una fettina sot-

Locali chiavi in mano

Menù: lancio in ambiente pilota di una linea Cotoletta alla "Milanese" vestita con vari ingredienti come la pizza. Utilizzo di carne di maiale e di vitello. Utilizzo di logo, studio di marketing ecc.

Franchising: fornitura "chiavi in mano" di locali atti alla somministrazione delle Cotolette e accessori (patatine fritte o arrosto, verdure, bevande ecc.)

Investimento: gli imprenditori in qualità di affiliati pagano fee d'ingresso e le royalties mensili sul giro d'affari.

Formazione: organizzazione di seminari periodici per istruire gli affiliati.

cotoletteria

tile di vitello - o maiale - di grandi dimensioni (circa 150 gr. di carne più la farcitura) - la cosiddetta "orecchia d'elefante" - con impanatura classica, accompagnata da insalata o patate fritte. E per i più piccoli esiste la versione "small" (circa 80 gr. di carne). Ad accompagnare la carne, birra o vino sfuso in caraffa. Su quest'ultimo fronte, si propone un vino leggero locale, come una Bonarda, un Valpolicella, una Barbera giovane o un Chianti. Si finisce con alcuni classici dessert. Si tratta di un pranzo economico: il progetto non prevede un prezzo imposto agli affiliati, ma l'idea è che si aggiri sui 9 euro per la versione grande accompagnata dal contorno. Il progetto di creazione di una rete di locali affiliati è già partito. Un locale pilota aprirà i battenti a metà gennaio a San Daniele del Friuli (Ud).

Lo cambio pilotta. E il debutto friulano è solo la prima di una serie di iniziative simili che dovrebbero svilupparsi nelle varie regioni italiane: al locale pilota verrà proposta un contratto di licenza a condizioni speciali. Il progetto prevede poi l'allargamento e il consolidamento della rete di affiliati in franchising, con i classici fee d'entrata e royalties annuali. Il prodotto viene fornito "chiavi in mano": gli affiliati ricevono piatti e tovaglieria con logo, consigli sull'arredo del locale, il know how necessario per gestirlo e assistenza anche nella scelta delle materie prime e dei fornitori. Una formula aperta anche a chi non ha già una struttura alle spalle: «Ci rivolgiamo - conferma Morocutti - non solo agli esercenti che già hanno un locale e intendano rinnovarlo o convertirlo, in tutto o in parte, ma anche a neo-ristoratori. I costi d'investimento iniziali sono ragionevoli: dato che si tratta di un monoprodotta, per un locale da 50 coperti bastano 3 persone in cucina (niente chef) e un paio in sala». E è la casa madre a selezionare i fornitori della carne e del vino e a for-



tante ricette sfiziose

e condimenti dai mille sapori



Cotoletta valdostana con formaggio fontina e funghi



Cotoletta rustica con formaggio Emmenthal e salsiccia



Cotoletta ortolana con formaggio Emmenthal e verdure grigliate



Cotoletta sarda con pecorino, pomodoro e rucola