



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

BUONE PRASSI NELLA RISTORAZIONE

INCONTRI FORMATIVI PER GLI
OPERATORI E GLI ADDETTI DELLA
FILIERA TURISTICA

Daniele Donnici
26/28 novembre 2024



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

LA RISTORAZIONE OGGI TRA INTRATTENIMENTO CULTURA E SOCIALITÀ

BUONE PRASSI NELLA RISTORAZIONE

26/28 novembre 2024



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

INTRODUZIONE

**IL SETTORE DELLA RISTORAZIONE È
TRA I PIÙ SFIDANTI DEL COMMERCIO**

**PER AVERE SUCCESSO, SERVONO REGOLE
PRECISE E STRATEGIE INNOVATIVE**

**IN QUESTA ATTIVITÀ FORMATIVA,
ESPLOREREMO 8 REGOLE FONDAMENTALI**



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

PREMESSA

- ✓ Il mondo della ristorazione è cresciuto enormemente negli ultimi anni
- ✓ È un settore legato a intrattenimento, cultura e socialità
- ✓ Ha però dimostrato debolezze, come bassa professionalizzazione



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

Problemi principali:

- ✓ **Eccesso di offerta: molti locali, breve ciclo di vita**
- ✓ **Dipendenza dai media: ma scarsa strategia di lungo termine**
- ✓ **Importanza dell'identità: chi si distingue sopravvive**



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

8 REGOLE PER IL SUCCESSO

1

CREARE UN'IDENTITÀ UNICA

2

OFFRIRE UN'ESPERIENZA MEMORABILE

3

SCEGLIERE LA LOCATION IN BASE
AL CONCEPT

4

OTTIMIZZARE GLI SPAZI CON
UN LAYOUT FUNZIONALE

BUONE PRASSI NELLA RISTORAZIONE

26/28 novembre 2024



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

8 REGOLE PER IL SUCCESSO

5

PROPORRE UN PRODOTTO DISTINTIVO

6

CURARE IL DESIGN E
L'IMMAGINE COORDINATA

7

SFRUTTARE I SOCIAL MEDIA IN
MODO STRATEGICO

8

MANTENERE LA PASSIONE
COME MOTORE PRINCIPALE

BUONE PRASSI NELLA RISTORAZIONE

26/28 novembre 2024



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

IDENTITÀ E CONCEPT

**L'identità risponde alla domanda:
perché il cliente dovrebbe scegliere voi?**

Elementi chiave:

- **Coerenza con storia e valori**
- **Distinzione rispetto alla concorrenza**

**ORARIO
FLESSIBILE**



**DA VARIABILE FISSA A
OPPORTUNITÀ DI FATTURATO**



**DA SOLO SERVIZIO ASSISTITO
A LIBERO SERVIZIO**



**DA «MI PIACE»
A «FUNZIONA»**



**DA CONSUMO SUL POSTO
A PORTO VIA**





IDENTITÀ E CONCEPT

- Branding: pensate come un marchio, anche a livello locale
- Il brand deve essere riconoscibile e coerente con l'offerta
- Identità e concept sono fondamentali per attrarre il cliente giusto





CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

L'ESPERIENZA DEL CLIENTE

- ✓ Cura dei dettagli: la pulizia, l'ambiente e il servizio fanno la differenza
- ✓ Innovazione: porta la tradizione in una veste contemporanea
- ✓ Multisensorialità: coinvolgi tutti i sensi del cliente



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

L'ESPERIENZA DEL CLIENTE

- ✓ Memoria: l'esperienza deve essere memorabile
- ✓ Esempio: McDonald's garantisce standard globali per riconoscibilità e comfort
- ✓ L'esperienza fidelizza il cliente e favorisce il passaparola



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

LOCATION STRATEGICA

La location deve:

**RISPECCHIARE IL CONCEPT
DEL LOCALE**

**ESSERE SOSTENIBILE
(AFFITTO MAX 10% DEL FATTURATO)**

**ADATTARSI AL TARGET
DI RIFERIMENTO**



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

LOCATION STRATEGICA

Fattori da considerare:

**CONTESTO: CENTRALE
O DESTINAZIONE**

**COSTI ELEVATI
RISCHIO PER IL BUSINESS**

**LOCATION È UNA
CONSEGUENZA DI IDENTITÀ
E CONCEPT**



OTTIMIZZARE GLI SPAZI

Layout è un mix di arte e scienza

Ottimizzazione per:

- Esperienza del cliente
- Efficienza operativa dello staff
- Es. Dehors: da costo aggiuntivo a opportunità



OTTIMIZZARE GLI SPAZI

Layout è un mix di arte e scienza

Spazi devono essere:

- Leggibili: cliente capisce subito le regole
- Comodi: comfort per una buona esperienza
- Flessibilità degli spazi per adattarsi alle esigenze



PRODOTTO E ASSORTIMENTO

Il prodotto è parte integrante dell'identità del locale

Tre tipologie principali:

1. Prodotti-soluzioni: risolvono un problema, es. poke
2. Prodotti-esperienza: innovativi e sorprendenti
3. Prodotti-egoistici: per il piacere personale



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

PRODOTTO E ASSORTIMENTO

Il menù deve essere:

- Semplice e leggibile
- Rappresentativo dell'identità del locale
- Punta su prodotti distintivi e riduci l'offerta ridondante



DESIGN E IMMAGINE COORDINATA

Il design è il risultato dell'identità e del concept

Deve:

- Riflettere i valori del locale
- Essere funzionale e attraente



DESIGN E IMMAGINE COORDINATA

L'immagine coordinata include:

- Nome e logo
- Comunicazione visiva online e offline
- Usare i social media per rafforzare il brand



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

IL RUOLO DEL DIGITALE

- **I social media sono uno strumento, non un fine**
- **Creano connessioni tra il locale e i clienti**
- **Devono essere usati per valorizzare l'esperienza fisica**



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

...in sintesi

Coerenza e passione: due ingredienti chiave del successo

Formazione continua e adattamento al mercato

“La fortuna aiuta solo le menti preparate”. Louis Pasteur



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

LA GESTIONE DELL'OSPITE AL RISTORANTE

BUONE PRASSI NELLA RISTORAZIONE

26/28 novembre 2024



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

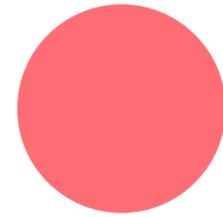
INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

INTRODUZIONE

**ACCOGLIERE UN OSPITE CON
PROFESSIONALITÀ È FONDAMENTALE**

**OGNI DETTAGLIO, DALL'INGRESSO ALLA
CHIUSURA, CONTRIBUISCE ALL'ESPERIENZA**

**OBIETTIVO: FAR SENTIRE L'OSPITE A
CASA, COCCOLATO E SODDISFATTO**



ACCOGLIENZA E SISTEMAZIONE

- ACCOGLI L'OSPITE CON UN SORRISO E UN CENNO RASSICURANTE
- OFFRI AIUTO CON GIACCHE E VERIFICA LA PRENOTAZIONE

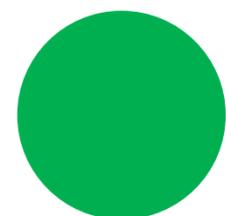
IN CASO DI ATTESA:

- OFFRI UN APERITIVO O UNA BEVANDA
- ACCOMPAGNA L'OSPITE AL TAVOLO E INFORMA LO STAFF DI ALLERGIE O PREFERENZE



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA



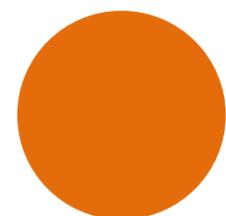
AVVICINARSI AL TAVOLO

- MANTIENI UNA POSTURA ERETTA E UN CONTATTO VISIVO CON TUTTI GLI OSPITI
- SPIEGA I PIATTI IN MODO CHIARO E COINVOLGENTE
- CONSIGLIA PIATTI STORICI, DEL GIORNO O SUGGERITI DALLO CHEF



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA



RISPONDERE ALLE DOMANDE

- CONOSCI I DETTAGLI DEI PIATTI, VINI E CURIOSITÀ SUL LOCALE

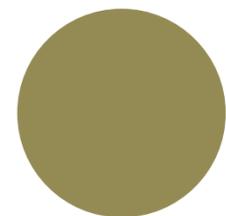
SE NON SAI RISPONDERE:

- SCUSATI E TROVA RAPIDAMENTE L'INFORMAZIONE
- TORNA SUBITO CON LA RISPOSTA



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA



PRENDERE LA COMANDA

- OSSERVA IL TAVOLO E SCEGLI IL MOMENTO GIUSTO PER AVVICINARTI

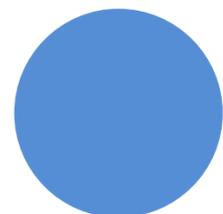
SEGNA CHIARAMENTE:

- PIATTI RICHIESTI, VARIAZIONI E INTOLLERANZE
- POSIZIONI DEI COMMENSALI PER UN SERVIZIO PRECISO
- SUGGERISCI EVENTUALI AGGIUNTE O MODIFICHE



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA



GESTIONE DEGLI ERRORI E RECLAMI

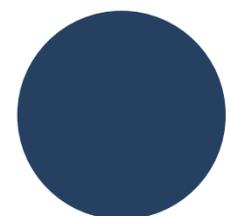
SE L'ERRORE ARRIVA AL CLIENTE:

- SCUSATI E RISOLVI PRONTAMENTE IL PROBLEMA
- COMUNICA I TEMPI DI ATTESA PER IL PIATTO CORRETTO
- OFFRI UN EXTRA (ES. APERITIVO O DESSERT) SE NECESSARIO



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA



CONTROLLO E CHIUSURA

DURANTE IL PASTO:

- ASSICURATI CHE NON MANCHINO ACQUA, PANE E VINO
- PROPONI DOLCI O ALTRE AGGIUNTE

ALLA FINE:

- PORTA IL CONTO RAPIDAMENTE E CONTROLLA LA CORRETTEZZA
- AUGURA ALL'OSPITE DI TORNARE PRESTO



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

... in sintesi

- ACCOGLIERE E SERVIRE CON SORRISO E PROFESSIONALITÀ
- OGNI INTERAZIONE CON L'OSPITE COSTRUISCE L'ESPERIENZA COMPLESSIVA
- REGOLA D'ORO: "SERVI L'OSPITE COME VORRESTI ESSERE SERVITO"



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

IL SERVIZIO DEL VINO

BUONE PRASSI NELLA RISTORAZIONE

26/28 novembre 2024



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

INTRODUZIONE

**IL VINO È PARTE INTEGRANTE
DELLA NOSTRA CULTURA**

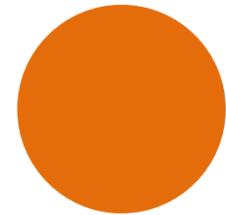
**CONOSCERE IL VINO È ESSENZIALE PER
VALORIZZARE L'ESPERIENZA**

**L'OBIETTIVO È ESSERE SICURI E
DISINVOLTI NEL SERVIZIO**



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA



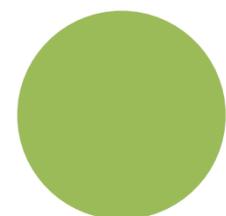
LA CARTA DEI VINI

- **Deve riflettere la filosofia del ristorante**
- **Struttura consigliata:**
 - **Bollicine, bianchi, rosati, rossi, vini dolci**
 - **Divisa per stati, regioni, varietale e annata**



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA



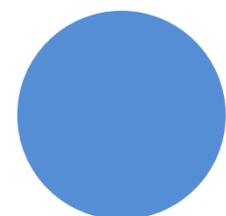
CONSIGLIARE IL VINO

- **Domande da porre all'ospite:**
 1. Cosa gradisce bere? (bollicine, bianco, rosso)
 2. Zona preferita? Locale o internazionale
 3. Giovane o evoluto?
- **Offri tre opzioni con fasce di prezzo diverse**



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA



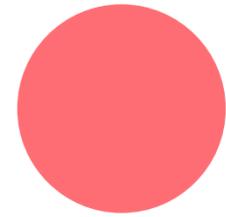
PRESENTARE LA BOTTIGLIA

- **Porta la bottiglia in sala con eleganza.**
- **Presentala a sinistra di chi l'ha ordinata:**
Nome, produttore, annata
- **Procedi all'apertura con cura**



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA



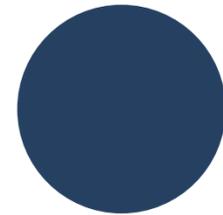
L'APERTURA DELLA BOTTIGLIA

- **Incidi sotto il cercine e rimuovi la capsula**
- **Pulisci il collo della bottiglia**
- **Usa il cavatappi con cautela:**
 - Annusa il tappo per verificare difetti**
- **Servi un assaggio e controlla il vino**



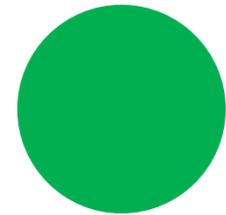
CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA



LA DECANTAZIONE

- **Serve a separare il liquido dai sedimenti**
- **Procedura:**
 1. **Usa candela, decanter e bicchieri**
 2. **Versa lentamente osservando il collo della bottiglia**
- **Decantazione anche per ossigenare vini giovani**



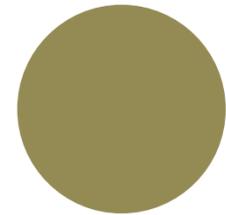
TEMPERATURA DI SERVIZIO

- **Temperature standard:**
 - **Bollicine: 4°–6°**
 - **Bianchi medi: 8°–10°, strutturati: 10°–12°**
 - **Rosati: 12°–14°**
 - **Rossi medi: 14°–16°, strutturati: 16°–18°**
 - **Vini dolci: 10°–14°**
- **Gioca con le temperature per esaltare le caratteristiche**



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA



TIPOLOGIE DI BICCHIERI

- **Bicchiere composto da piede, stelo, bevante**
- **Forma e funzione:**
 - **Flûte per bollicine**
 - **Bicchiere slanciato per bianchi aromatici**
 - **Panciuto per rossi evoluti**
- **Pulizia e conservazione sono essenziali**



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

...in sintesi

- **La conoscenza del vino eleva l'esperienza**
- **Cura ogni dettaglio: carta, scelta, servizio**
- **Regola d'oro: rendi speciale ogni brindisi**



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

IL MENU COME STRUMENTO DI VENDITA

BUONE PRASSI NELLA RISTORAZIONE

26/28 novembre 2024



CAMERA DI COMMERCIO
REGGIO CALABRIA

INCONTRI FORMATIVI PER GLI OPERATORI E
GLI ADDETTI DELLA FILIERA TURISTICA

INTRODUZIONE

- ✓ Il menu non è solo un elenco di pietanze o prezzi
- ✓ È uno strumento per:
 - Vendere meglio i piatti più profittevoli
 - Emozionare e informare i clienti
- ✓ Obiettivo: orientare la vendita e migliorare il profitto



DEFINIZIONE E OBIETTIVI

- ✓ **Un biglietto da visita del ristorante**
- ✓ **Strumento per emozionare e guidare il cliente:**
 - **Informazioni su ingredienti e piatti**
 - **Raccontare storie legate al cibo**
- ✓ **Deve essere in linea con l'immagine del locale**



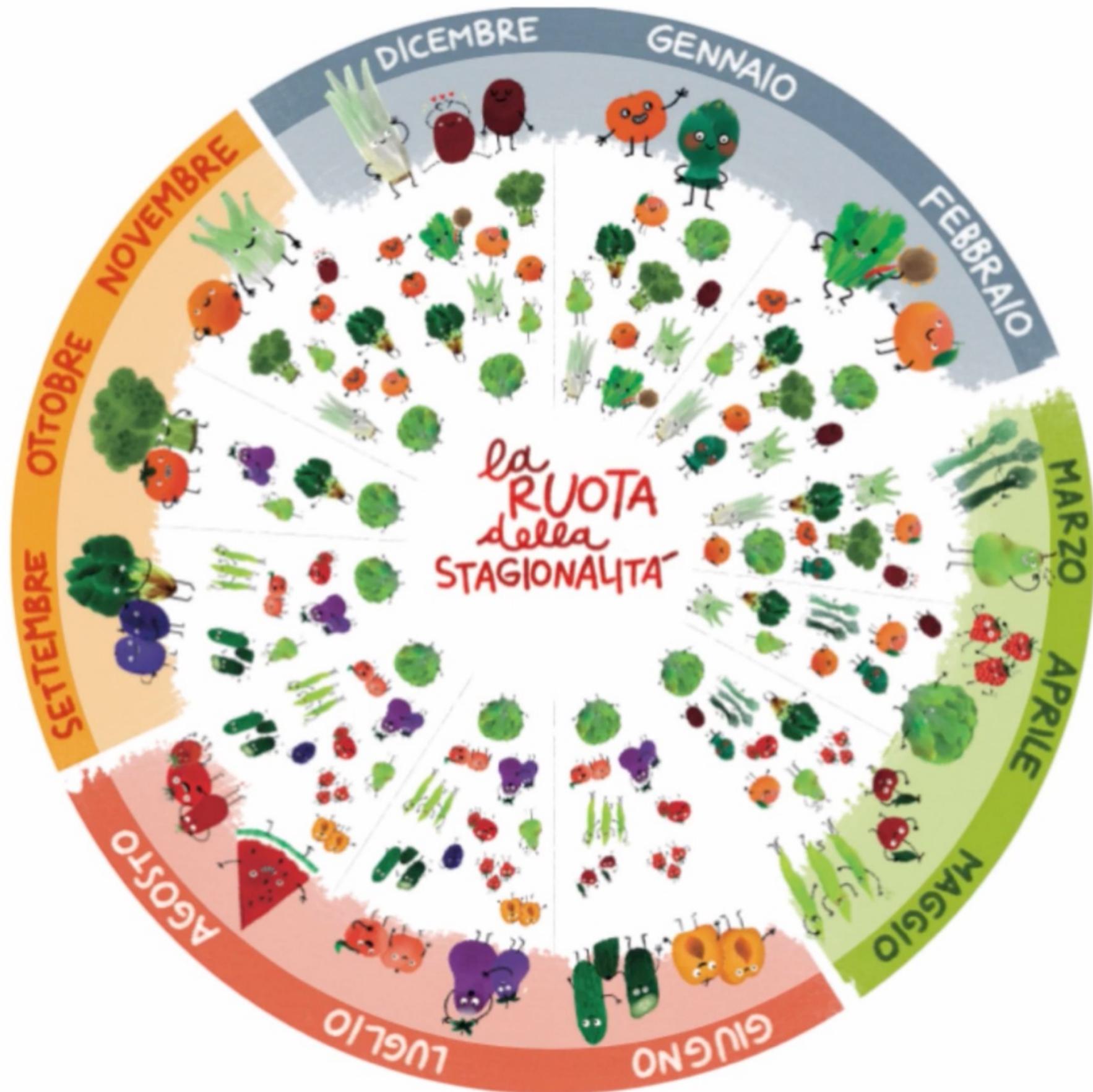
L'IMPORTANZA DEL RACCONTO

- ✓ **Raccontare i piatti migliora le vendite:**
 - Crea una relazione con il cliente
 - Stimola la curiosità e il dialogo
- ✓ **Esempio: "Pici con sugo finto", valorizzati raccontando la tradizione**



COSA VUOLE IL CLIENTE?

- ✓ **Chiarezza e dettagli:**
 - **Provenienza degli ingredienti**
 - **Modalità di cottura**
- ✓ **Una scelta facile e orientata:**
 - **Menu snelli per evitare confusione**
 - **Cambi stagionali per freschezza e varietà**





DESIGN DEL MENU

- ❖ Deve rispecchiare il locale:
Colori, materiali, e layout coerenti con la filosofia
- ❖ Forme e dimensioni influenzano la percezione:
Materiali pregiati per locali di alto livello
Design minimalista per un look sofisticato



CONTENUTI DEL MENU

- Usare caratteri chiari e leggibili
- Raccontare la storia dei piatti:
Ingredienti, provenienza, e filosofia
- Creare punti di interesse visivi per orientare la scelta



PREZZI E PERCEZIONE

- Evitare l'effetto 'scontrino':
Non mettere i prezzi in ordine crescente/decrescente
- Mimare i prezzi con descrizioni accattivanti
- Valorizzare la qualità dei piatti, non il costo



PROMUOVERE IL MENU ONLINE

- Integrare il menu su sito e social media:
Sito: pagina web dedicata e PDF scaricabile
Social: usare hashtag e storytelling
- Incentivare i clienti a condividere esperienze



ESEMPI DI MENU CREATIVI

- **Racconti accattivanti per piatti unici**
- **Design che cattura l'attenzione:
Introduzioni originali e layout accattivanti**
- **Nomi evocativi per aumentare la curiosità**

LA FILOSOFIA DEL NU OVO

“**nu Ovo**” nasce durante un pranzo
a base di uova al tegamino.

Una di quelle cose che non si fanno quasi più,
se non per un pasto veloce quando si è soli.

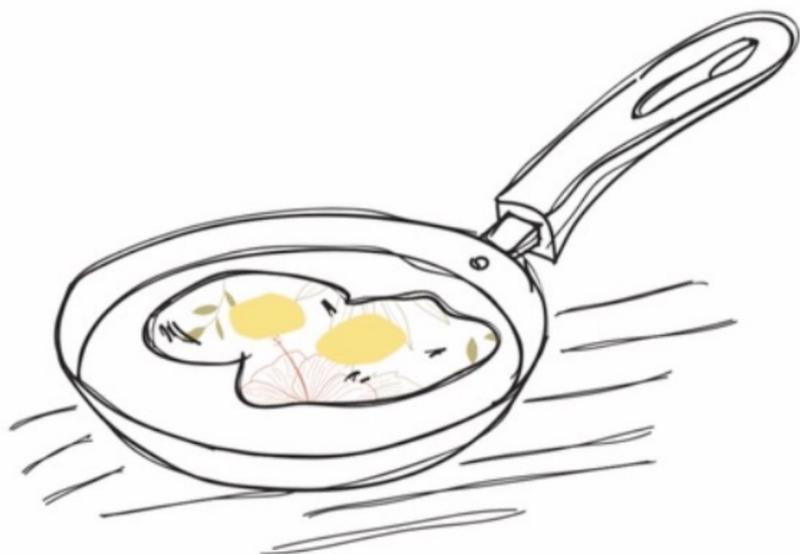
Una di quelle cose che sanno d'infanzia, di nonna,
di pomeriggi d'inverno, di tradizione.

Una di quelle cose semplici e veloci, ma che hanno in sé
tutto quello che serve: bontà e proprietà nutritive.

Una cosa che si dà per scontata.

Ecco, con il progetto “nu Ovo” abbiamo voluto
dare valore a tutto questo.

Ecco perché la scelta dell'uovo.

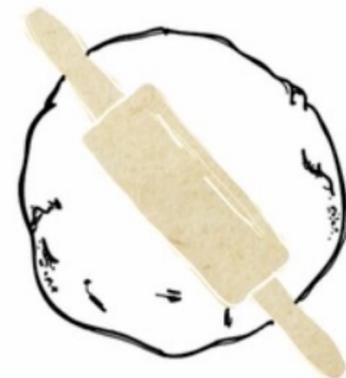


COSA TROVERAI DA NOI?



LE OVA

perché le nostre uova sono
esclusivamente di **origine biologica**
e di allevamenti selezionati a
conduzione familiare.



L'HOME MADE

la focaccia fatta in casa con farine
biologiche e lievito madre come
anche la nostra pasta fresca all'uovo.



LA VELOCITÀ

che è tutta un'altra cosa.



UNA NOVITÀ

L'uovo alla base di piatti innovativi
fatti con il cuore e la bellezza.

LA QUALITÀ

perché la libertà di degustare
è il primo passo verso il mangiar bene.
E noi vogliamo che tu mangi molto bene.

I BOCCONI

Pappa al pomodoro basilico fritto e tuorlo marinato	3,5
Arancino alla carbonara in tempura	2,5
Panzanella tonno del chianti e bottarga d'uovo	2,5
Tartelletta salata chantilly alle erbe e uova di trota	2,5
Pan brioche, mousse di fegatini al vin santo e maionese agli agrumi	2,5
Scotch egg di quaglia con salsa barbecue	3

LE OMELETTE 10

PERSONALIZZA LA TUA OMELETTE, SCEGLI 3 INGREDIENTI TRA:

Bacon
Asparagi
Gorgonzola
Erba Cipollina
Prosciutto arrosto
Agretti
Caprino
Timo

**le Omelette possono essere preparate su richiesta con Uova Di Canapa o di Uovo Parisi (€2,50 a uovo)*

LE CARBONARE

Carbonara dolce stil nuovo	12
Carbonara total black	14
Purple carbonara	16

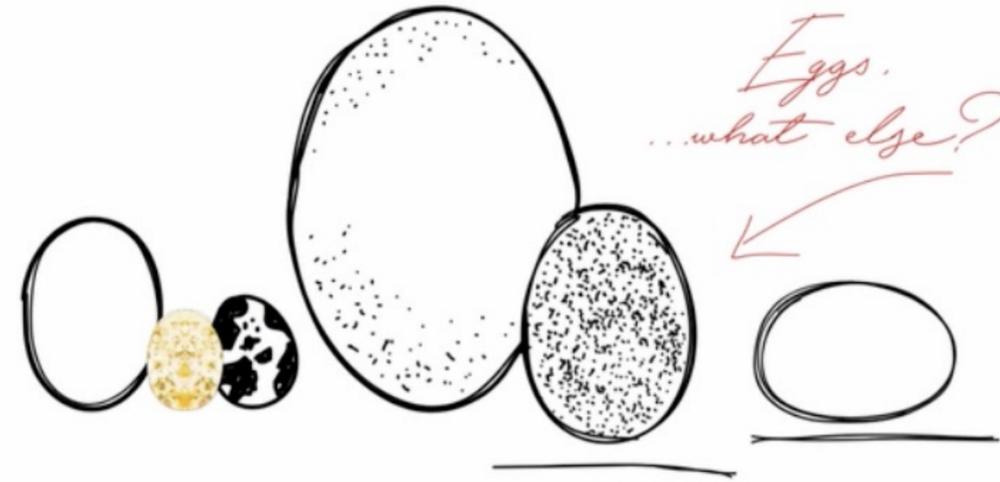
** le carbonare possono essere preparate su richiesta con Uova Di Canapa o di Uovo Parisi (€2,50 a uovo)*

LA PASTA ALL'OVO

Tagliolini cacio, pepe, carciofi e bottarga di tonno	16
Maltagliati asparagi, datterino giallo e ricotta salata	12
Gnudi tartufo e uovo grattato	12



LE NOSTRE OVA



UOVA DI PARISI

Nel lontano 1981 Paolo Parisi s'innamora di un cascinale nascosto tra i colli toscani, Le Macchie. Qui inizia a ad allevare galline dalle uova bianche, le Livornesi. Ogni giorno, oltre al naturale misto di granaglie macinate, bevono il latte delle capre allevate nel bosco, integrando così la proteina animale utile a mantenere autentico il sapore delle uova.

L'UOVO DI CANAPA

L'azienda agricola "Silvia O." è un'azienda agricola biologica a conduzione familiare nella campagna Abruzzese. Una storia di "tradizione di famiglia" quella di Silvia Barnabagini che s'impossessa del piccolo pollaio della nonna Giovanna ed inizia ad allevare galline. La novità di questo allevamento è stata quella di aggiungere semi di canapa, ricchi di Omega 3 e Omega 6, al mangime delle galline. Le uova risultano più grandi, più ricche in acidi grassi polinsaturi, sostanze nutritive e anche più leggere e più digeribili.

UOVO DELLA VERSILIA

L'azienda nasce nel 1963, anno in cui Giuseppe Pecchia fonda l'attività avicola nella verdeggiante campagna di Torre del Lago Puccini. In oltre mezzo secolo di produzione la famiglia ha deciso di migliorare e arricchire l'offerta, scegliendo esclusivamente metodi di allevamento a terra che garantiscano il benessere delle galline ovaiole. Insieme hanno lanciato la linea "Uovo della Versilia", rinnovata gamma di uova fresche, che nasce dall'attenzione e la passione e soprattutto dalla coltivazione biologica del mangime.

OVA AL NATURALE

UNO O PIÙ UOVA AL TEGAMINO O 62° A SCELTA TRA:

Uovo di Parisi	2,5 a uovo
Uovo di Canapa	2,5 a uovo
Uovo della Versilia	2 a uovo

POTRAI DEGUSTARE L'UOVO IN PUREZZA AGGIUNGENDO:

"Uovo chic" con Caviale, nero di seppia e vodka	7
Grattata di Tartufo	5
Bottarga di Muggine	4



OVA 62°

Uovo a 62° passatina di piselli, aglio nero e chorizo	12
Uovo a 62° fave, marzolino, emulsione di peperoncino	12
Uovo 62° scarola, colatura di alici, stracciatella e pinoli	12

**le uova 62° possono essere
preparate su richiesta con
Uova Di Canapa o di Uovo Parisi
(€2,50 a uovo)*

*** Su richiesta le uova 62° potranno
essere servite fritte*

NON SOLO OVA

Battuta di chianina, uovo di quaglia alle rape rosse e spuma di patate alla vaniglia	15
Quack burger	14
Smoking Brothers, selezione di 3 carpacci di pesce affumicato con sfere di aperol e salsa bernese	13

**la Battuta di Chianina può essere
preparata su richiesta con
Uova Di Canapa o di Uovo Parisi
(€2,50 a uovo)*

BAGEL & WRAP

Bagel con carpaccio di manzo, misticanza, cipolle caramellate e maionese alla senape	12
Wrap col pollo guacamole, salsa yogurt e bacon	10



OVA, AMORE E FANTASIA

Semifreddo ai lamponi, cioccolato bianco al basilico e riso soffiato	6
Tiramisù brutto ma buono e meringa al caffè	6
Cheese cake al limoncello, curcuma e kumquat caramellato	6
Dolci tentazioni	6

3 nostri primi piatti

dal mare

Lo spaghetti* alle vongole veraci

un evergreen che viene dal mare, dove aglio, olio evo spremuto a freddo, profumo di prezzemolo e limone siciliano esaltano il sapore delle vongole veraci del giorno
(* disponibile anche a base di mais gluten free)

12



Risotto gamberetti zucchine zafferano

i migliori frutti del mare in un piatto che ne sintetizza i sapori

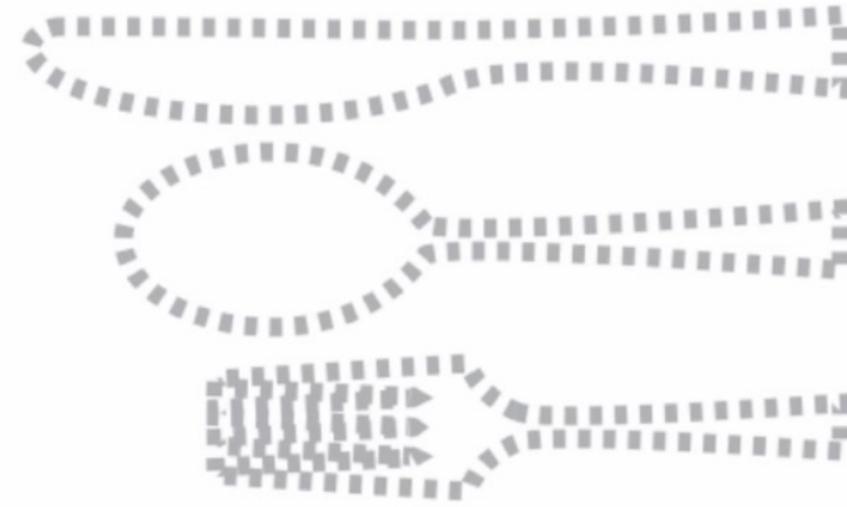
15



Tagliolini ai frutti di mare

strisce di pasta fresca fanno da cornice al gustoso crostaceo dal gusto delicato, esaltato dall'aroma del basilico dell'orto

14



3 nostri primi piatti

dal mare

Lo spaghetti* alle vongole veraci

un evergreen che viene dal mare, dove aglio, olio evo spremuto a freddo, profumo di prezzemolo e limone siciliano esaltano il sapore delle vongole veraci del giorno
(* disponibile anche a base di mais gluten free)

12

Risotto gamberetti zucchine zafferano

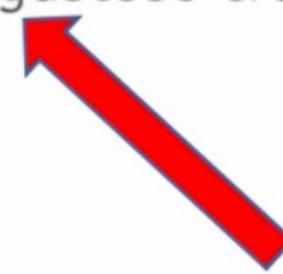
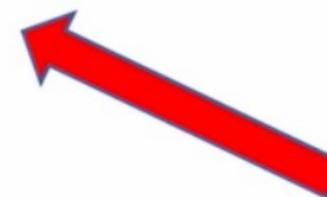
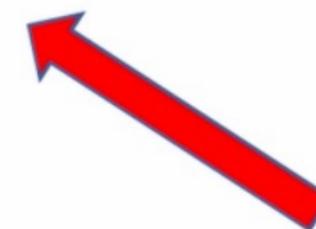
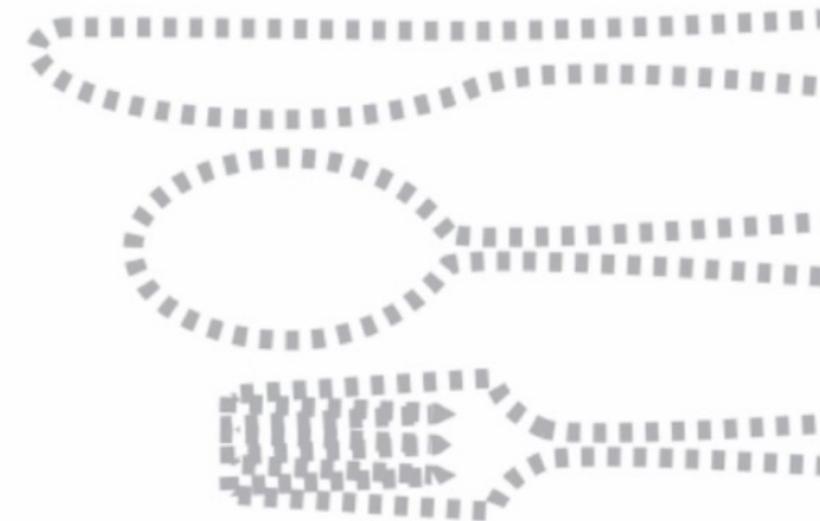
i migliori frutti del mare in un piatto che ne sintetizza i sapori

15

Tagliolini ai frutti di mare

strisce di pasta fresca fanno da cornice al gustoso crostaceo dal gusto delicato, esaltato dall'aroma del basilico dell'orto

14



The image features a white background with decorative geometric patterns in the corners. The top-left corner has a series of parallel, slightly curved lines in a light teal color. The top-right corner contains several overlapping semi-circles in shades of orange, dark teal, and red. The bottom-left corner features overlapping semi-circles in red, green, and dark teal. The bottom-right corner has a series of parallel, slightly curved lines in a light teal color, mirroring the top-left pattern.

Grazie per l'attenzione