

NEL 2016 SEICENTOMILA COPERTI

Ikea, il primato di Torino tra i ristoranti della catena

Ikea, primato a tavola tra i ristoranti della catena grazie alle polpette

CARLOTTA ROCCI

NEL 2016 al ristorante Ikea di Collegno hanno servito oltre 600 mila coperti, battuto 250 mila scontrini e veduto un milione e mezzo di polpette. Numeri da primato, che fanno del punto ristoro accanto alla Tangenziale, il più frequentato dei 21 ristoranti della catena svedese. Merito anche della collaborazione con l'università di Pollenzo.

IL SERVIZIO A PAGINA IX

Nel 2016 a Collegno oltre 600 mila coperti e 250 mila scontrini Banco di prova per gli altri 20 punti ristoro sparsi per l'Italia

CARLOTTA ROCCI

LE polpette Ikea hanno conquistato Torino. Il ristorante interno allo store dei mobili componibili di Collegno - che da qualche tempo sceglie i suoi manager tra le fila dei neolaureati dell'università del gusto di Pollenzo - ha raggiunto il fatturato più alto d'Italia tra i 21 restaurant sparsi per il Paese. Parole di Belen Frau, amministratrice delegata di Ikea Italia che, proprio per il suo successo, ha scelto l'unico restaurant piemontese come banco di prova per eventi e novità da esportare in tutt'Italia.

Solo nel 2016, nei piatti del self service al primo piano dello store sono finite un 1.533.750 tra "köttbullar" e "grönkåbullar", la versione di carne e quella vegetariana delle polpette svedesi. Quasi il doppio di qualsiasi altro locale a marchio Ikea.

Le polpette sono senza dubbio il piatto più venduto a Torino e anche il simbolo dell'intero comparto del marchio svedese

tanto che ad Almhult, nel sud della Svezia, dove Ingvar Kamprad fondò Ikea, nel museo dedicato al colosso dei mobili che è stato inaugurato un anno fa, anche le "bollor" hanno uno spazio nell'esposizione permanente.

«Credo che la ragione di questo successo sia la posizione strategica dello store che si trova all'imbocco della tangenziale in una zona di passaggio dove è comodo fermarsi per mangiare un boccone», spiega Frau, prima donna a guidare in Italia la catena nordica dell'arredamento. «L'esempio di Torino è la dimostrazione che il comparto del food Ikea è vincente anche in Italia», aggiunge. I numeri non la smentiscono, perché i 21 ristoranti italiani da soli fatturano 96,9 milioni.

Con 609.923 coperti serviti e 244.969 scontrini emessi, Torino ha battuto il fatturato degli store di Milano e Roma. «Merito anche della collaborazione strategica avviata con l'università del gusto di Pollenzo», spiegano ai vertici dell'azienda. Il succes-

so di Torino ha fatto del suo ristorante una palestra importante per l'intera strategia della ristorazione Ikea.

La collaborazione con Pollenzo, in particolare, offre agli studenti delle scienze gastronomiche molti sbocchi professionali nel comparto food Ikea. «Molti laureati dell'università vengono chiamati a ricoprire ruoli di responsabili o manager, e in alcuni casi anche posizioni negli uffici centrali», spiega l'azienda. «Abbiamo deciso di avviare una collaborazione con l'università in modo da poter applicare nel nostro negozio le loro competenze su tanti aspetti come la sicurezza alimentare», commenta ancora Frau.

I professionisti sono strategici anche come esperti per la tutela del benessere dei dipendenti di Ikea Italia. Proprio da Torino è partito il progetto #Mangiarecolorato per insegnare ai dipendenti del negozio uno stile di vita sano, soprattutto dal punto di vista nutrizionale. Insieme con gli chef di Pollenzo Ikea ha creato

un ricettario da applicare nei menù della mensa in grado di garantire una particolare attenzione ai prodotti del territorio e alla stagionalità.

A seconda degli ingredienti, ad ogni piatto viene assegnato un colore, un indicatore che serve ai lavoratori per abbinare i piatti e creare un pasto equilibrato e sano.

La sperimentazione, in fatto cibo, travalica i confini piemontesi. «Investiamo sul bio molto più di quanto fanno altri Paesi. La pasta e la pizza nei ristoranti Ikea Italia sono completamente biologici», spiega il manager del gruppo, Stefano Brown. Alcuni dei centri ricerca che lavorano a stretto contatto con Ikea cercano soluzioni per produrre cibi buoni usando risorse sempre più limitate. A Copenaghen, nei sotterranei di Space 10, hub creativo per Ikea, stanno studiando un sistema di coltivazione in grado di far germogliare insalata e basilico con il 90 per cento di acqua in meno. L'esperimento dei ricercatori danesi produce 100 chili di insalata al mese.

IL LUOGO

“Un successo che si spiega anche con la posizione strategica dello store: l'ideale per fermarsi per un boccone”

IL MODELLO

“Torino è la prova che il comparto del food Ikea, che vale ormai quasi 100 milioni, è vincente anche in Italia”



AL TIMONE DEL BEL PAESE
 Belen Frau è l'amministratrice delegata di Ikea Italia e il ristorante di Collegno

LA PARTNERSHIP

“Successo merito anche del patto con l'ateneo di Pollenzo: una collaborazione che si è rivelata felice e strategica”

I numeri sotto la Mole



I visitatori dello store nel 2016

2.748.365



Coperti serviti al ristorante

609.923



Scontrini emessi al ristorante

244.969



Polpette

1.533.750



Pannelli fotovoltaici che producono 125 kWh/m2

8.200



Raccolta differenziata

91%



I collaboratori diretti del punto vendita

367



Donne

62%

ricoprono ruoli manageriali: il 51%



Dipendenti assunti a tempo indeterminato

95%



Ore di formazione

6.683

centimetri



Il ristorante Ikea di Collegno è il più frequentato della catena svedese

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.