

GIUDITTA MARZOLI

RISTORAZIONE



# IL DELITTO È SERVITO IN TAVOLA

LO SPETTACOLO ALL'INTERNO DEI LOCALI È L'IDEA VINCENTE DEL MOMENTO. SOPRATTUTTO QUANDO I CLIENTI SI TRASFORMANO IN VERI ATTORI, COME ACCADE ALLA MAISON ESPANA

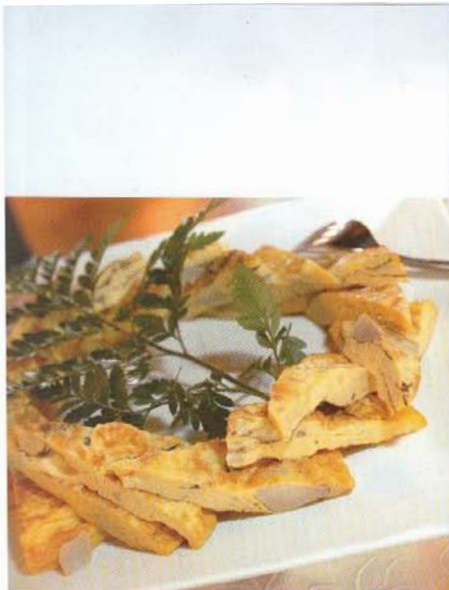
**I**n un locale, pur bello che sia, non basta più una buona cucina. Lo dimostrano **Nicoletta Fiumara e Giorgio Marchisio**, due personaggi che hanno unito le loro forze per dare vita a qualcosa di speciale. Lui, con una lunga esperienza alle spalle nel mondo della ristorazione, è convinto che un ristorante debba trasformarsi in un piacevole luogo di intrattenimento, lei sin da piccola, è appassionata ai giochi del delitto di matrice anglosassone che la portano a costruire un evento senza attori: "Delitti e Delitti". Tutto comincia tre anni fa quando, nella cornice ideale della **Maison Espana** di Milano, in zona Navigli, di cui è titolare Marchisio, ogni domenica mattina, Fiumara, in qualità di regista, conduce un appassionante gioco fondato su un romanzo che i partecipanti sceneggiano loro stessi. "Siamo partiti da Agatha Christie, autrice di testi facili che raccontano il nostro mondo borghese e quest'anno, dopo aver sceneggiato tutto il repertorio di Conan Doyle incentrato su Sherlock Holmes, abbiamo sviluppato un ricco repertorio di romanzi di spionaggio dedicandoci a scrittori di spy stories contemporanei come lo svedese Henning Mankell o Raymond Chandler - spiega Fiumara - Accade così che io o un altro regista di Delitti e Delitti, forti dell'esperienza in tecniche di casting, scegliamo e trasformiamo ogni partecipante in un personaggio del romanzo, creando una conversazione molto brillante che rompe i cliché della conversazione quotidiana e si conclude con la soluzione del giallo da parte degli stessi spettatori". Il gioco, nato come lo strumento per vivacizzare una cena o un pranzo, viene condotto indistintamente in ogni momento: alla Maison Espana

si concretizza nell'appuntamento fisso del brunch domenicale dove, intorno a un ricchissimo buffet di specialità anglosassoni, piatti caldi e freddi della tradizione mediterranea, si radunano dalle 30 alle 150 persone, di cui, per scegliere il tema e il romanzo, occorre conoscere in anticipo il numero esatto e il mix tra uomini e donne. Una rotazione continua di romanzi consente al partecipante di non imbattersi in una storia già vissuta perché oggi Giorgio e Nicoletta vantano una community fedelissima di giocatori che li seguono in tutta Italia, di regione in regione. Famiglie, gruppi di amici, single, arrivano sempre più numerosi per dilettarsi con questo gioco appassionante dove la sincronizzazione tra food e entertainment è perfetta. Vassoi ricchi di dolci come muffin, dolci italiani al cucchiaio e crostate, fatti al momento, precedono la premiazione finale delle squadre, dove è messo in palio un weekend con delitto per il miglior attore e la migliore

## "I SPY", LA MODA DELL'ESTATE

**Q**uali sono le tipologie di locali più adatte a introdurre i due format? "I spy" si adatta a tutti gli hotel di alto livello fuorché ai business-standard; e se sono dotati di uno spazio esterno è ancora meglio perché il gioco, che potrebbe essere la nuova moda della prossima stagione, si vivacizza ancora di più. I locali, invece, devono essere provvisti di una sala con cento posti a sedere, senza colonne o elementi divisorii che impediscono agli spettatori di guardarsi in faccia" spiega Nicoletta Fiumara.

**Oltre che di Maison Espana, base operativa di 'Delitti & Delitti', Giorgio Marchisio è titolare di Twelve, un locale di tendenza polifunzionale, in zona di Porta Romano, firmato dall'architetto Roberto Gerosa. Aperto dalle 6 alle 2 di notte, il locale si propone con offerte diversificate a seconda delle fasce orarie e abbraccia un target giovane attirato, oltre che dalla particolarità dello spazio che si articola su più livelli, dagli intrattenimenti sempre diversi.**



## UN PUBBLICO DI APPASSIONATI

attrice di quella speciale edizione del brunch. Il soggiorno si svolge a Subbiano, in provincia di Arezzo, nell'esclusivo hotel Torre Santa Flora, il secondo appuntamento fisso, che tutte le settimane ospita il weekend con delitto firmato "Delitti e Delitti". E se il costo del brunch alla Maison Espana è di 25 euro a testa, incluse le bevande analcoliche, qui si pagano 250 euro per la pensione completa comprensiva di intrattenimento.

Un bilancio di questi tre anni? "Una grande fidelizzazione da parte del pubblico e la certezza che ogni gioco nuovo trascina un 30-40% di quanti hanno già partecipato - commenta Marchisio, richiamando l'attenzione sul valore aggiunto di un locale

Lo scorso autunno il gioco del delitto si è svolto in tutti i magazzini Ikea dove sono state inscenate storie di romanzieri svedesi, per restare fedeli all'identità aziendale.

"Sono confluiti anche qui i nostri giocatori abituali: un target medio-alto, acculturato e senza età, dove nessuno sta con le mani in mano - afferma Nicoletta Fiumara - **C'è la ragazzina dodicenne che riordina le stanze giocando il ruolo della cameriera, chi danza come le farfalle o chi impersonifica un bosco di palme...** L'attività ludica è uno strumento per scoprire nuovi talenti, che si esprimono anche attraverso il body language".



trasformato in contenitore di eventi e iniziative un po' slegate al cibo". Ci troviamo di fronte a una coppia vincente, con idee chiare e traguardi ambiziosi. Come la ricerca di locali partner per due nuovi format: 'I spy', lo stesso gioco del delitto al 100% interattivo ma basato sui romanzi di spionaggio, con un'atmosfera più moderna ed esotica. Il secondo, 'One day play', è legato al musical e prevede almeno un pernottamento dei giocatori in un hotel di alto standard dove si gioca un mini musical, sotto la guida di un maestro di danza che lavora attraverso il canto e il ballo, i due grandi momenti di aggregazione.

"Delitti e Delitti" si rivolge anche alle aziende che, attraverso il dinamismo di un gioco condotto con grande abilità psicologica, puntano sulla rottura dei cliché, proponendo un rovesciamento dei ruoli. "Amplifon, Shell, Ferrari, Johnson Wax, Boch sono alcuni dei nostri clienti a cui ci proponiamo come unico team italiano

capace di condurre il gioco nelle tre lingue europee, anche nell'ambito della formazione perché abbiamo creato un pacchetto nel segmento della comunicazione e del public speaking che attraverso il gioco e l'intervento di un formatore spiega come un utilizzo improprio dei dialoghi porta a conseguenze diverse da quelle tracciate nel romanzo" aggiunge Fiumara.

Ma le varianti di questo gioco inconsueto sembrano non limitarsi a questo perché, considerato il successo di ogni iniziativa e il business che si alimenta in ogni locale, il team punta su altri mercati, in particolare Roma e il Canton Ticino. "E visto che ogni cocktail ha il suo personaggio dedicato, perché non puntare su un tour di locali che sponsorizzano un distillato particolare anche in occasioni come l'happy hour?". È l'ultima idea vincente dei miei intervistati, che hanno già pianificato tutto per realizzarla al meglio. ■