

I Personaggi del ROMA



di Mimmo Sica

La signora napoletana del McDonald's

Annalisa Buonocore, ristoratrice di successo, gestisce con passione i famosi fast food americani

Annalisa Buonocore è un'imprenditrice di successo. Ha iniziato a lavorare a 21 anni come crew al primo Mc Donald's che è stato aperto a Napoli, in via Guglielmo Sanfelice. Si è formata professionalmente alla scuola della McDonald's Corporation, la maggiore catena di ristoranti di fast food nel mondo. Oggi, a 45 anni, con la sua società è licenziataria in franchising di quattro ristoranti del colosso fondato nel 1955 negli Usa da Ray Kroc a Des Plaines nell'Illinois.

Quando c'è stato il suo primo incarico importante?

«Nel 1993, come direttrice del ristorante di via dei Mercanti a Salerno di cui mio padre Elio era il licenziatario. Prima, come crew, che è il primo livello di ingresso nella "gerarchia" impiegatizia della Mc Donald's, ho partecipato a tutte le aperture che ci sono state a Napoli».

Quindi è figlia d'arte?

«Sì, ma ci tengo a precisare che io e papà abbiamo fatto ciascuno il suo distinto percorso professionale. Ho girato molto per l'Italia e ho fatto esperienze molto importanti a Milano e in altre città del Nord. Quando mio padre si è ritirato, d'accordo con la Compagnia, il marchio è passato a me. Naturalmente faccio sempre tesoro dei suoi preziosi consigli ed è il migliore consulente che potessi sperare di avere».

Ha frequentato corsi di specifica formazione professionale?

«Molti. Quelli di primo livello li ho fatti nella sede italiana che è a Milano. Quelli superiori a Chicago, dove c'è la casa madre, all'"Hamburger University" che è un centro di formazione globale di eccellenza McDonald's. Oltre all'aspetto prettamente didattico, l'esperienza all'HU è molto importante anche perché si incontrano colleghi di tutto il mondo e ci si confronta su tutto».

Con quale ristorante ha iniziato la sua gestione?

«Doganella nel 1998. Successivamente sono diventata owner operator di Stadio, di fronte allo stadio San Paolo. Due anni fa ho rilevato da un collega Piazza Garibaldi, il ristorante che si trova all'esterno della stazione. Ad aprile di quest'anno ho rilevato Casoria. L'11 novembre scorso ho aperto Vomero».

Quale è stato il suo impatto con la clientela napoletana?

«C'è stato inizialmente un avviamento difficile perché le abitudini alimentari dei napoletani,



come in generale di tutti i meridionali, sono per tradizione differenti da quelle del Centro-Nord.

Si è soliti fare intervalli lunghi a ora di pranzo e molti tornano a casa a mangiare. Il fast food da noi è arrivato

in ritardo. Ricordo che nel 1937 i fratelli Dic (Richard) e Mac (Maurice) McDonald, aprirono ad Arcadia, in California, un chiosco di hot dog, e nel 1955 a San Bernardino, in Florida, il primo ristorante McDonald's. La loro filosofia, a livello artigianale, fu recuperata e sviluppata su scala industriale nel 1955 da Ray Kroc. A Napoli ha fatto presa prima sui ragazzi più pronti a recepire e sperimentare le novità. Gradatamente poi abbiamo conquistato clienti in tutte le fasce di età educando le persone, soprattutto i professionisti, al nostro diverso modo di mangiare che è valido non solo sotto l'aspetto qualitativo ma anche in relazione al minor tempo speso. Naturalmente siamo stati agevolati dagli orari di lavoro che sono stati modificati e allineati a quelli delle altre metropoli italiane ed europee».

I locali McDonald's sono da sempre conosciuti per gli hamburger e le patatine fritte. Oggi parliamo di ristoranti. Che cosa è cambiato?

«Accanto all'icona del Donald's, il Big Mac, oggi ci sono le insalate di svariati tipi, il prodotto vegano, il panino con il filetto di pesce, quello senza glutine, insomma tutto ciò che può richie-

dere una clientela diversificata non solo per età, ma anche per gusti ed esigenze».

Qual è il segreto del suo successo?

«La qualità dei prodotti. Prima ancora che in Italia, negli anni '90, scoppiasse il caso della mucca pazza, i nostri prodotti avevano la certificazione attestante il rispetto della normativa HACCP che dà imposizioni in materia di igiene alimentare. C'è poi un altro elemento molto rilevante. Nell'immaginario collettivo spesso si pensa che da McDonald's serviamo alimenti che provengono da paesi stranieri. Questo non è esatto perché la Compagnia, appena messo piede in Italia, ha cercato e usato prodotti nostrani nel rispetto delle loro caratteristiche organolettiche che devono essere uguali in tutto il mondo. È importante perciò che si sappia che usiamo la carne chianina e quella marchigiana, che la lattuga piuttosto che la rucola arrivano dal Salernitano, che serviamo il parmiggiano e il pecorino. A conferma di questo, all'Expò di Milano, la McDonald's ha indetto il concorso "Fattore futuro" in cui hanno vinto allevatori di polli locali, agricoltori siciliani di arance, agricoltori di rucola del Salernitano, agricoltori di mele della Val Venosta».

«Ho iniziato nel 1998 con il Doganella. Poi Stadio, Stazione Centrale, Casoria e ora al Vomero»

te che era in via Scarlatti, molti vomeresi hanno ripetutamente chiesto, a me e alla sede italiana, di riaprire McDonald's al Vomero. La Compagnia si è data da fare e dopo circa 5 anni ha trovato questa location in via Merliani 38 che è di 800 mq per 190 posti a sedere interni e 16 esterni. Il formato è nuovo e ci sono tante novità. Rappresenta quello che sarà il McDonald's del futuro e per questo si chiama "Experience of the future". Innanzitutto c'è il McCafè, uno spazio ideale per una colazione o una pausa. Quindi la Birthday Party Room, una speciale sala per le feste di compleanno, coloratissima e insonorizzata, con ampi tavoli e spazi. Il fiore all'occhiello, però, è rappresentato dai "chioschi digitali" self-service grazie ai quali, se si vuole, è possibile

In che cosa si differenzia il neonato ristorante Vomero dagli altri?

«Dopo la chiusura del restoran-

te che era in via Scarlatti, molti vomeresi hanno ripetutamente chiesto, a me e alla sede italiana, di riaprire McDonald's al Vomero. La Compagnia si è data da fare e dopo circa 5 anni ha trovato questa location in via Merliani 38 che è di 800 mq per 190 posti a sedere interni e 16 esterni. Il formato è nuovo e ci sono tante novità. Rappresenta quello che sarà il McDonald's del futuro e per questo si chiama "Experience of the future". Innanzitutto c'è il McCafè, uno spazio ideale per una colazione o una pausa. Quindi la Birthday Party Room, una speciale sala per le feste di compleanno, coloratissima e insonorizzata, con ampi tavoli e spazi. Il fiore all'occhiello, però, è rappresentato dai "chioschi digitali" self-service grazie ai quali, se si vuole, è possibile

accomodarsi dove si desidera e aspettare che i prodotti acquistati vengano serviti al tavolo dal personale. Il cliente che sceglie di ordinare tramite i chioschi digitali può, inoltre, personalizzare alcune ricette, modificando le quantità degli ingredienti, oppure scegliendone di nuovi. I chioschi sono abilitati per consentire di pagare, contestualmente all'ordinazione, con la carta di credito. Attualmente il suo utilizzo al Vomero è però al 20%. per cui è prevalente il ricorso alla cassa tradizionale».

restare vicini ai loro piccoli. Creiamo, perciò, le Case Ronald e le Family Room. Le prime sono vere case situate nei pressi degli ospedali pediatrici. Le seconde sono alloggi posti direttamente all'interno degli ospedali. In Italia attualmente le case sono a Brescia, Roma Bellosguardo, Roma Palidoro e Firenze. Le Rom ad Alessandria e Bologna».

«Assolutamente sì e prima per loro, anche se sembra difficile. Il segreto consiste nel sapere organizzare e gestire il proprio tempo. Io credo di riuscirci abbastanza bene grazie anche all'aiuto di mio marito Vincenzo, imprenditore come me, ma in un altro campo. Dirò di più: entrambi i nostri figli mi danno preziosi consigli sulle aspettative e le esigenze dei loro amici e compagni di classe che giro sistematicamente alla direzione di Milano perché li valuti al fine di migliorare sempre di più i servizi offerti».

Come hanno risposto i vomeresi?

«Abbiamo ricevuto ampi consensi fin dal giorno dell'inaugurazione. La clientela è numerosa, soddisfatta e costante ogni giorno. Non è un caso che il presidente di McDonald's Company, Mario Federico, è venuto qualche giorno dopo l'apertura ufficiale a trovarmi, si è congratulato con me e la mia squadra per il buon lavoro svolto e, girando per i tavoli, ha conversato con gli avventori. È andato via entusiasta e soddisfatto».

Quali sono i prezzi?

«Alla portata di tutti. Partiamo da un euro, passiamo per il cestino per i bambini Happy Meal a quattro euro compreso un giochino, e arriviamo al menu Top con carne chianina, patatine e bibita a dieci euro. Poi c'è il menu famiglia a quindici euro che include due menu per i genitori e due Happy Meal per i bambini».

C'è qualche novità particolare nel menu?

«Le olive ascolane. Sono una new entry con uno scopo benefico per aiutare i paesi terremotati».

Siete, quindi impegnati anche nel sociale?

«Sì. Esiste la Fondazione per l'Infanzia Ronald McDonald, nata negli Stati Uniti nel 1974. È una no profit internazionale con la quale aiutiamo le famiglie dei bambini ammalati a

«I prezzi? Da 1 euro a 15 per il menu famiglia. I miei due figli? Invio i loro consigli a Milano»

È moglie e madre di due figli, Giovanni e Federica. C'è spazio nella sua vita anche per loro?

«Assolutamente sì e prima per loro, anche se sembra difficile. Il segreto consiste nel sapere organizzare e gestire il proprio tempo. Io credo di riuscirci abbastanza bene grazie anche all'aiuto di mio marito Vincenzo, imprenditore come me, ma in un altro campo. Dirò di più: entrambi i nostri figli mi danno preziosi consigli sulle aspettative e le esigenze dei loro amici e compagni di classe che giro sistematicamente alla direzione di Milano perché li valuti al fine di migliorare sempre di più i servizi offerti».