



# STRUMENTI DI PRECISIONE a portata di barman

CON GIORGIO NEGRI DI RG COMMERCIALE, O PIÙ SEMPLICEMENTE RG, ABBIAMO FATTO IL PUNTO SULLE NUOVE TENDENZE NEL CAMPO DEI BAR TOOLS, DEI BICCHIERI E ALTRE ATTREZZATURE PER IL BAR

*di Stefano Nincevich - foto G. Canevarolo*

**L**egge solo cose da bar, tutto il giorno è occupato a far consegne al bar, come passatempo va al bar. L'ultima volta di cosa abbiamo parlato? Indovinate un po'. Giorgio Negri di RG è Iron Man nei miti panni del "signore dei ferri del mestiere". Cosa lo rende diverso dalla concorrenza? «Più che le parole, a rispondere serve una data, il 1983. Per 34 anni abbiamo rivolto l'antenna all'evoluzione del mercato. Nel settore delle attrezzature professionali tutto corre alla velocità di un blender. Per stare al passo ho sempre il bagaglio pron-

to: fiere nazionali, kermesse internazionali, concorsi. Catalogo alla mano abbiamo 14mila prodotti, compresi quelli per la ristorazione, il servizio in sala ecc. La nostra base è a Fontana Fredda di Cadeo (Pc). Da qui partiamo per alimentare il passaparola; spingiamo su nuove soluzioni per la comunicazione via web; pubblichiamo il nostro house organ; pianifichiamo la nostra presenza come sponsor agli eventi; la collaborazione fra aziende; i seminari. E tutto ciò è possibile grazie alla famiglia allargata di RG». Al di là della vendita esistono

argomenti "delicati" come la normativa e le regole degli home-made, sui quali i barman richiedono risposte chiare.

## **A NORMA DI LEGGE**

«Il ruolo di RG, quindi il mio e di tutti i componenti dell'azienda, è di fornire un supporto a 360° sui prodotti, compresi quelli il cui utilizzo è regolamentato dalla legge. Il nostro lavoro non si limita alla vendita che non ci qualificerebbe se non fosse supportata da una reale competenza. Ci sono molte più norme che regolano l'utilizzo dei prodotti di



Lo staff, o meglio la famiglia Rg Commerciale, al completo nella sede di Fontana Fredda di Cadeo in provincia di Piacenza. In prima fila, Camilla Negri, testimone della nuova generazione



## NEGRI: «MUTA LA FORMA, NON LA SOSTANZA»



quante si pensi: l' idoneità al contatto alimentare in primis è di certo quella che maggiormente ci riguarda». Ma nella pratica quali servizi post vendita fornite? «Innanzitutto - commenta Negri - dobbiamo dire che il nostro customer care si indirizza sia ai clienti acquisiti e fidelizzati grazie alla vendita tradizionale, sia a quelli che comprano online dal nostro sito rgmania.com. La differenza è che i primi ricevono la visita dai nostri agenti commerciali, mentre tutti gli altri, possono trovare supporto sia telefonicamente sia tramite web oppure, se possono e lo preferiscono, visitandoci in sede. Il nostro staff è sempre disponibile a cercare di incontrare le esigenze dei clienti e a trovare le soluzioni migliori a risolverne i problemi, specie se si tratta di trovare i prodotti che meglio sposano le loro diverse necessità o a sostituirli se non fossero aderenti alle aspettative, o ancora occupandosi della manutenzione quando si tratta di prodotti più complessi. Il nostro obiettivo è quello di dare la percezione a ogni cliente di rivolgersi a persone competenti e qualificate, disponibili e "autentiche", non a un'azienda il cui obiettivo rimane la vendita fine a sé stessa».

Giorgio Negri, nato nel 1957 e con un passato da dj, nel 1983 fonda la RG commerciale, che gestisce con la moglie Raffaella da quasi 35 anni. Oggi l'azienda è conosciuta come RG mania, dal nome del sito internet on line da 10 anni

**Negli ultimi 5 anni come si è evoluto il mercato dei tools e quali sono le tendenze più significative?**

La forza di questo mercato è il costante alternarsi delle tendenze, o meglio del design degli oggetti. Gli strumenti sono sempre gli stessi, ma il rinnovo nelle forme e nei colori alimenta l'acquisto di pezzi nuovi. Questo è il nostro carburante.

**Quali sono i pezzi che vanno di più?**

Siamo stati i primi in Italia a distribuire l'affumicatore professionale: sono ormai 10 anni che lo trattiamo e ancora oggi è uno dei nostri best seller. Grazie all'evoluzione della miscelazione in diverse direzioni, il mercato si è aperto a molte possibilità e a un livello di conoscenza superiore. Molti di questi attrezzi professionali (sifoni e gasatori, solo per citare i più famosi) esistono da tantissimo tempo, ma i professionisti ne stanno cogliendo solo ora le reali possibilità. Roner, essiccatori, estrattori, sono tutti prodotti che migliorano il lavoro di barman, barchef e cuochi e ne amplificano le possibilità per questo la richiesta sta crescendo. Altri importanti cambiamenti li registriamo sul fronte glassware. Negli ultimi anni la riscoperta del vintage ha portato molte aziende a "restaurare" molti modelli che il mercato aveva escluso se non a idearne di nuovi.

**Shaker e altri attrezzi firmati dai barman. Servono davvero a vendere di più?**

Servono se si è veloci. I barman ormai girano tutto il mondo seguendo i vari bar show, visitando i produttori di liquori e distillati, andando a trovare questo e quell'amico, quindi hanno sempre gli occhi aperti verso il nuovo e il diverso, per questo è importante stare al loro passo e fargli trovare ciò che cercano. Questa domanda mi coglie sul vivo perché difficilmente mi arrendo se so che è uscito un prodotto nuovo e non sono stato io a trovarlo: la mia testardaggine, unita a una spiccata curiosità, a volte aiuta.