



Costruire una proposta attraente per la clientela locale

Ci sono molte modi per riprogettare l'offerta F&B di un albergo e fare in modo che agli ospiti che chiedono *"dove posso andare a cena in un ristorante locale?"* i receptionist possano rispondere convinti *"qui da noi"*.

Perché questo avvenga è prima di tutto necessario che il ristorante dell'hotel sia un luogo nel quale non solo gli ospiti alloggiati ma anche la clientela esterna, la gente del posto, si senta a proprio agio. Detto già dell'importanza dell'ingresso diretto dall'esterno e del-

l'adeguata segnaletica per valorizzarne l'"indipendenza" rispetto all'albergo, la sfida è quella di rendere attraente e accattivante la proposta di hardware e software del ristorante.

Oggi una proposta ristorativa moderna e persuasiva, per competere con i migliori ristoranti locali, deve concepire il ristorante d'albergo come un luogo aperto a tutti, in grado di abbattere l'atavica barriera psicologica che ha sempre tenuto lontana la clientela non alloggiata. Quella che in passato frequenta-

va il ristorante dell'hotel unicamente in occasione di banchetti e cerimonie. Nell'hotellerie 3.0 la ristorazione riveste un ruolo fondamentale per determinare l'esperienza degli ospiti, creare fidelizzazione e produrre valore aggiunto. E i nuovi progetti alberghieri lo dimostrano, con spazi dedicati al food&beverage non solo centrali rispetto al flusso degli ospiti ma soprattutto strategici per mettere in connessione l'albergo stesso con l'ambiente esterno.

La ristorazione rivendica e merita



un progetto ad hoc in cui il concept gastronomico sposi la filosofia dell'hotel ma in un contesto che sia il più possibile "de-alberghizzato" per attirare più clientela locale possibile e rendere il ristorante un efficiente centro di ricavo. Visto che oggi andare al ristorante ha più a che fare con le relazioni e con lo stare bene piuttosto che con la fame, il contenitore (atmosfera, layout, illuminazione, divise del personale, apparecchiatura, etc.) è determinante per il successo del ristorante tanto quanto (se non di più) la qualità dell'esperienza culinaria. Contemporaneo, coerente certo con l'albergo in cui si trova ma con diversi elementi di richia-

mo al *genius loci*, il punto focale non è tanto il prodotto che si vende, quanto la percezione che i clienti hanno di piatti e pietanze grazie all'ambiente, al servizio, all'arredamento, all'illuminazione. E per questo è determinante anche il contributo del restaurant manager, un moderno patron, quel padrone di casa che raramente si incontra nei ristoranti degli hotel. Una figura "semidivina" che è molto di più di un semplice maitre o sommelier. Riconosce i clienti, si ricorda dei loro gusti in termini di cibo e servizio, è in grado di coccolarli e farli sentire speciali. Conosce bene il mercato e i fornitori, gode di una reputazione consolidata e rispetta-

ta a livello locale. Con serate a tema e degustazioni enogastronomiche si possono poi aprire le porte del ristorante e favorire la conoscenza della propria offerta gastronomica. Che deve essere costruita su alcune specialità, qualcosa di eccezionalmente buono per cui vale la pena entrare in un ristorante d'hotel. Essere unici e speciali per un piatto tipico locale, per l'offerta di pesce crudo o di carne alla brace, per le paste fatte in casa o i dessert contribuisce a fare breccia nelle abitudini dei clienti locali, a caratterizzarsi, a costruirsi una personalità apprezzata anche dagli ospiti alloggiati.

È quello che hanno fatto in maniera incredibile nel piccolo Inn at Bay Fortune sulla sperduta isola canadese Prince Edward nella costa orientale del Canada. Durante l'estate in questo suggestivo resort a 5 stelle i proprietari, lo chef Michael Smith e sua moglie Chastity, offrono ai loro ospiti un pasto serale chiamato "The Feast", un'esperienza gastronomica composta da una serie di quattro incredibili "momenti" di cibo all'aperto che iniziano con l'Oyster Hour e proseguono con l'esplorazione dei giardini e degli orti organici del resort. Alle 19, poi, inizia la cena vera e propria con un menu di sette portate con pane fatto in casa e appena sfornato dal forno a legna, salumi locali, pesce affumicato, zuppa di pesce locale, la loro celebre insalata organica e le migliori carni arrosto possibili, con anche pesce e verdure preparati davanti ai vostri occhi. Un menù che cambia ogni giorno e valorizza incredibilmente gli ingredienti provenienti dalla fattoria e dall'orto dell'hotel ma anche da un selezionatissimo gruppo di agricoltori, pescatori, casari e artigiani dell'isola. Ad accompagnare il tutto birre artigianali e vini locali con le impareggiabili raccomandazioni dello staff per il migliore abbinamento... perché alla fine di tutto è sempre il servizio a fare la differenza! ■

