



A cura di  
**Leonardo Frontani**  
edu@leonardofrontani.com

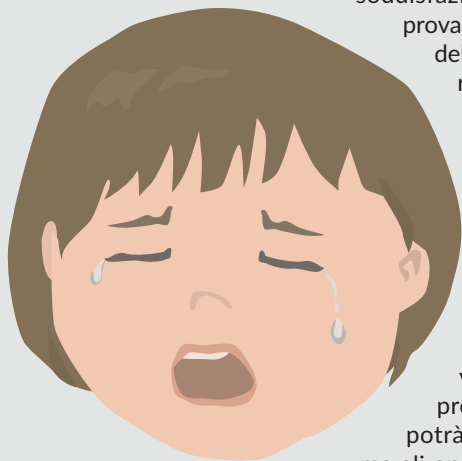
## ANDAVA TUTTO BENE?

“Papà, ma è possibile che non abbiamo pensato ad un menu per bambini?”. Così, con una dialettica nuda e cruda mio figlio m’incalza dopo aver ascoltato per tutto il viaggio, il mio racconto sul lancio di questo ristorante. Infatti ho curato lo start up di questa idea che all’inizio sembrava assurda e poi si è trasformata in una novità importante per il territorio nel quale viene ad operare. Mentre guidavo, raccontavo le scelte di marketing fatte, le difficoltà, gli aneddoti e mio figlio, dal sedile posteriore e con l’innocenza dei suoi 10 anni, ascoltava con curiosità e poi scetticismo. Sembrava tutto troppo bello. Ed infatti, menu alla mano, ci ha messo

hanno il dover di prendere in considerazione la famiglia come target di riferimento con un’offerta adeguata e attenta anche ai piccoli di casa. Persino al cane si presta cura, offrendo una ciotola d’acqua o un piccolo spuntino. Come si possono dimenticare gli astuti e critici bambini? Impariamo dai giganti della ristorazione che accolgono in tavoli specifici le famiglie, distanziandole dalle coppie per evitare inutili fastidi. Gli stessi immediatamente con il menu offrono ai piccini un giochino a sorpresa oppure colori e pasatempo. Se c’è un bambino al tavolo il cameriere si preoccupa di prendere la comanda per il piccolo in anticipo con le

# Non fate arrabbiare i bambini!

poco a capire che il gestore si era dimenticato di lui. Ebbene i bambini oggi, che ci piaccia o no sono un target potente di riferimento nel mondo della ristorazione e non solo. Date un’occhiata ai loro programmi preferiti e li troverete bombardati da spot pubblicitari che hanno trasformato “i piccoli uomini” in consumatori esperti, critici e anche un po’ viziati. Dal punto di vista del marketing di relazione, è magnifico vedere il cameriere, porgere ai commensali il menu, la carta dei vini e anche il menu dei piccoli, spesso personalizzato anche graficamente. L’enorme soddisfazione che il bambino prova ad interpretare il ruolo dell’esperto consumatore, riverbera su mamma e papà che hanno così già confermato a sé stessi di aver scelto bene. Al tavolo si crea un’atmosfera di serenità che spesso solleva la mamma dal dover occuparsi ancora una volta delle scelte del proprio bambino. Forse potrà sembrare esagerato, ma gli operatori dell’accoglienza



ordinazioni delle bevande, così da non farlo aspettare. Fuori, uno spazio giochi attrezzato, certamente non custodito, ma sicuramente lontano dalla zona dove stazionano i fumatori. Tutte queste piccole grandi attenzioni sono potenti per fidelizzare il cliente “famiglia” che quando sceglie il ristorante per *eating out*, si preoccupa di trovare una soluzione adeguata a tutti i componenti della stessa. Ho invece dei dubbi per quanto riguarda il *dining out*, cioè la bella cena in locale che presenta attenzioni ed arredi orientati al lusso. Alcuni ristoranti, alla stregua dei colleghi anglo-sassoni, stanno esplorando la possibilità di “sconsigliare” l’ingresso (soprattutto la sera) ai minori di 12 anni oppure di creare giorni dedicati alle famiglie o orari specifici per esempio dalle 19,00 alle 20,00. Dobbiamo essere onesti: ci sono locali a misura di bambino (kidsfriendly) ed altri no. Se i genitori non lo comprendono il ristoratore può avere il diritto di farlo notare. Pochi titolari però provano ad esporre un divieto ufficiale, perché sanno che scateneranno polemiche soprattutto sui social e recensioni negative. Gli unici che non faranno storie sono proprio i bambini. A loro non piace chi non si prende cura dei loro bisogni e quindi? Cambiamo ristorante ora!