

HRT

HOTEL RESTAURANT TRENDS

**Albergatori, che rapporto avete
con la ristorazione?**





Albergatori, che rapporto avete con la ristorazione?

A cura di Stefano Bonini

Il celebre blogger Stephane Bellon, ha elaborato un vademecum per delineare il profilo enogastronomico degli albergatori

Stephane Bellon, autorevole firma di Hotels Magazine, sostiene che la strategia food&beverage di un hotel sia strettamente legata al DNA enogastronomico del suo proprietario o del suo general manager.

Il risultato è una mappa in cui Bellon individua e colloca quattro categorie genetiche: "albergatore", "ristoratore", "imprenditore" o "indeciso". Il giornalista sostiene che la strategia food&beverage all'interno di un hotel è in gran parte determinata dall'esperienza e dall'atteggiamento del proprietario o del general manager nei confronti della cucina e dei fornelli, insomma dal suo retaggio genetico, più che dal suo gusto personale.

È tipico, e particolarmente diffuso in Italia, il profilo dell'"albergatore" per il quale la ristorazione è una fonte di perdita: *"i soldi si fanno con i lenzuoli e non con i tovaglioli"* diceva un grande albergatore ro-

magnolo, Tonino Batani, proprietario, tra gli altri, del celebre Grand Hotel di Rimini. Infatti, pur essendo entrambi, il "ristoratore" e l'"albergatore", amanti dell'ospitalità, il secondo vede la ristorazione come un "dovere" ospitale più che come un elemento strategico della proposta ricettiva, mentre per il primo la componente enogastronomica è la principale motivazione di lavoro e di business.

Nonostante il grande boom della ristorazione e la crescita degli adepti del turismo enogastronomico, i tempi stanno spingendo sempre più albergatori verso quello che Bellon definisce l'approccio da "imprenditore". È l'"albergatore" più laico che, in preda a paure e indecisioni, arriva talvolta (i casi sono numerosi) ad esternalizzare il servizio di ristorazione. Per lui il ristorante è un servizio accessorio agli ospiti dell'hotel, ma non solo.

L'"imprenditore" più autentico è però





quello in grado di associare i vari elementi del food & beverage e combinarli con l'arte, la cultura e il glamour. È consapevole delle potenzialità del servizio di ristorazione in termini di marketing e comunicazione soprattutto a livello di lifestyle. Considera il ristorante come un marchio identificativo, un fattore di differenziazione e di attrazione per l'hotel. Se questo "imprenditore" non ha il know-how personale per gestire il settore F&B, si adopera per affidarne la conduzione ad un manager dedicato, preparato e competente.

Infine c'è l'"indeciso". Di solito ha avuto un passato da albergatore o da ristoratore, anche di successo, ma oggi non considera il ristorante, soprattutto quello gastronomico, una priorità, al contrario delle camere o delle sale riunioni, a suo avviso più redditizie. L'"indeciso" non è alla ricerca di premi e riconoscimenti, ma piuttosto è focalizzato sul fornire un servizio coerente ai propri clienti, che idealmente e prevalentemente sono clienti alloggiati (rari quelli esterni). Non pone nessuna particolare attenzione al ristorante in termini di comunicazione, pro-

mozione e commercializzazione, lo considera una sorta di formalità e di commodity. Nonostante abbia consapevolezza che si tratti di un servizio strategico, non ha alcuna visione strategica per la sua gestione.

E indecise sono anche le grandi catene alberghiere che, sotto pressione per ricavi e fatturati, sono continuamente alla ricerca di tattiche e stratagemmi per incrementare i propri margini di profitto e preferiscono investire in camere e sale per eventi, meeting e riunioni piuttosto che nella ristorazione. Il breakfast (la cui qualità deve essere direttamente controllata) e il banqueting (con i relativi profitti) per loro sono le ragioni per cui non esternalizzano il servizio.

C'è anche chi, però, è il caso di catene come "Relais & Châteaux" o di associazioni come Châteaux & Hotels Collection, che, ognuna con le proprie modalità (i Relais Gourmand la prima, Les Collectionneurs la seconda), fanno della proposta gastronomica e ristorativa un fondamentale motivo di attrazione, promozione e soggiorno.

E voi invece che tipo di albergatore siete?