



RISTORAZIONE SU MISURA L'EVENTO È SERVITO

*di Giacomo Pini**

Mindset e management

La componente food gioca un ruolo fondamentale nell'organizzazione di manifestazioni e feste di ogni tipo. Dai compleanni alle ricorrenze speciali, dai matrimoni al team building, la proposta di un momento legato al food & beverage dona un carattere conviviale, capace di generare benefici

Nel grande panorama del catering e del banqueting, diverse sono le aziende che potrebbero offrire tale servizio di ristorazione personalizzato. In primis, ovviamente, quelle specializzate verticalmente sulla ristorazione per eventi, oppure sulla ristorazione collettiva per mense aziendali e scolastiche, o quella viaggiante, per treni e aerei. Tuttavia, anche i locali più classici, come ristoranti, trattorie e pasticcerie, possono organizzarsi per fornire un servizio extra ai propri clienti. Con diversi vantaggi.

Tutti i vantaggi di un nuovo format

Proponendo un servizio di catering e banqueting, un locale può dare vita

a vere e proprie occasioni e opportunità per diversificare le proprie entrate con un investimento aggiuntivo minimo. Investimento che, a tutti gli effetti, varia in quantità a seconda dell'entità e della tipologia di servizio proposto, ma che comunque trova risposta positiva e un ritorno misurabile tanto a livello economico quanto reputazionale. Analizzando i numeri aggregativi dei format di ristorazione che si sono aperti al banqueting (si veda l'articolo a pag. 14), è possibile constatare che il fatturato generato da questo servizio extra possa portare a un 10 - 15% in più rispetto ai ricavi complessivi mensili, raggiungendo anche il 20% nei mesi più "caldi", ovvero durante le festi-

vità (Pasqua, Natale, Capodanno) e durante la stagione dei matrimoni. Immaginiamo un ristorante che decida di offrire un servizio di questo genere, ad esempio proponendo il proprio locale per matrimoni o eventi in loco. In questo caso, l'esercizio potrà avvalersi della propria reputazione e attingere da un bacino già esistente di utenti per proporre pranzi, cene o aperitivi con un'offerta ad hoc studiata per generare il massimo del profitto rispetto a un prezzo fisso. Inoltre, potrà avvalersi tanto dell'attrezzatura quanto del personale presente tra sala e cucina e impiegare al meglio le risorse a disposizione per coprire le richieste della clientela legata all'evento.

Dalla sinergia un circolo virtuoso

In realtà, nel caso in cui sia proprio il ristorante nella sua totalità a mettersi al servizio del cliente che richiede il catering, quello che si va a creare è un circolo virtuoso in cui il servizio legato agli eventi e quello tradizionale fungono da supporto l'uno all'altro a livello di marketing. Infatti, potrebbe anche succedere che, grazie a un buon piano di comunicazione e promozione, il servizio extra di catering funga da biglietto da visita per attirare l'interesse di nuovi clienti che potrebbero poi innamorarsi della location o della mano dello chef e decidere di tornare per scoprire l'offerta à la carte. Insomma, in altre parole, possiamo dire che si innesta una sinergia tra i due modelli capace di portare lo stesso ristorante a generare nuove fonti di guadagno e ampliare la propria anagrafica clienti senza cadere nella logica di sconti e promozioni temporanee.

Impegno e decisioni da prendere

Per chi decide di valutare l'inserimento del servizio extra all'interno della sua attività, occorre passare da un'analisi di fattibilità e da alcune constatazioni in merito ai fattori chiave di gestione:

- **LA LOCATION.** Essere vicino a una zona ricca di uffici potrebbe essere l'ideale per offrire un servizio catering specifico per le aziende, mentre essere ubicati in un'area rurale potrebbe dare vita alla venue perfetta per matrimoni o feste per bambini.
- **LA CLIENTELA.** Potresti decidere di puntare a una nicchia completamente diversa per proporre il tuo servizio

di catering. È però consigliabile di non ipotizzare feste per comunioni e cresime se il tuo ristorante è puro fine dining.

- **LO STILE DEL RISTORANTE.** Dall'allestimento della sala alla proposta della carta, potresti scegliere di cambiare completamente il tuo stile per eventi a tema: attenzione però ai costi e a non creare troppa confusione a livello di brand e immagine.
- **IL LAYOUT DEL LOCALE.** Valuta se la tua cucina è strutturalmente pronta per ospitare contemporaneamente due linee di preparazione, se il magazzino è funzionale e se i tuoi collaboratori avranno abbastanza spazio per lavorare in serenità anche in sala.
- **L'OFFERTA.** In linea di massima, se la selezione dei piatti forniti per il catering è estratta dal menu del ristorante, sarà possibile massimizzare la resa degli acquisti e degli sforzi di produzione.



LE CINQUE P DI UN CATERING VINCENTE

- **PIANIFICAZIONE:** un cruscotto gestionale sottomano per tenere sotto controllo i numeri, calcolare prezzi strategici per ogni proposta ed evento, ma anche il calendario per prepararsi per tempo ai momenti "caldi" dell'anno
- **PROGRAMMAZIONE:** affina tutta l'operatività legata al servizio di catering, predisponendo standard, modulistica e pacchetti di proposte per arrivare pronto a ogni richiesta
- **PREPARAZIONE:** pensa a menu con prezzi strategici e personalizzabili e includi il costo di trasporto se la venue dell'evento non coinciderà con il tuo locale
- **PROFESSIONALITÀ:** cura ogni dettaglio, assicurati che il cliente abbia tutto ciò che gli occorre per il suo evento, forma adeguatamente il personale e non accettare per forza tutto quello che ti viene richiesto se non sei in grado di gestirlo
- **PROMOZIONE:** inserisci una sezione apposita sul tuo sito, dedica una sezione delle storie in evidenza su Instagram, organizza assaggi live del menu, offri un buon prezzo per chi fa il primo ordine o per chi arriva dal passaparola, crea partnership con società di organizzazione per eventi, aziende o scuole.