LUG-SET 2024

ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

turismo d'Italia

- Report estate: tutti in Italia
- L'intervista: nel mondo di Sir Rocco Forte
- B&B, la stretta di Barcellona

CCNL TURISMO
IL NUOVO CONTRATTO È REALTÀ

À la carte vs buffet

In questo scontro tra titani, scopriamo quali sono le formule che funzionano e quanto l'automazione aiuta

di Giacomo Pini

Da un lato le lunghe tavolate ricche di pietanze, piatti da portata e delizie per gli occhi, dall'altro una selezione attenta di referenze, capaci di soddisfare l'ospite in più momenti di consumo. In un contesto di grande rivoluzione come quello della ristorazione in hotel – che potremmo ancora dire piuttosto "silenziosa", ma comunque certamente inarrestabile – le strutture ricettive dovrebbero sentire l'urgenza di andare di pari passo con i mutamenti degli stili di vita e delle abitudini di chi viaggia: sempre più alla ricerca di qualità, di autenticità e di una food experience unica e indimenticabile. Ovunque, e ovviamente anche in hotel. È di fronte a questa necessità che scegliere la formula più adatta per quello che è il contesto e il desiderata dell'ospite diventa essenziale, con il fine ultimo di trasformare la ristorazione alberghiera da mera voce di costo a interessante fonte di ricavo.

Hotel Hub è la rubrica di _Turismo d'Italia_ che tratta di "marketing e dintorni", a cura di Giacomo Pini, oltre vent'anni d'esperienza di marketing del turismo e della ristorazione. Consulente di strutture ricettive, catene alberghiere e holding internazionali, ha fondato GpStudios (_www.gpstudios.it, info@gpstudios.it_) e insieme al suo staff cura start up, marketing strategico, formazione del personale e attività di lancio e posizionamento commerciale. È anche formatore per aziende, università e istituti professionali di alta formazione, nonché autore de _Il nuovo marketing del prodotto turistico_ (Franco Angeli), _Il Marketing del Bed & Breakfast_ (Agra Edizioni), _Il servizio d'eccellenza per gli operatori del fuori casa_ (Seac Editore) e di audiovisivi per la formazione a distanza.

I PRO E I CONTRO: ANALISI DEI DUE LATI DELLA MEDAGLIA

Gran parte della scelta tra ristorazione con servizio a buffet o *à la carte* parte da un'analisi di quello che è il concept del risto-

rante all'interno dell'hotel e anche della tipologia dell'hotel stesso. Rispetto a questi due elementi, infatti, entrambe le soluzioni possono presentare vantaggi e svantaggi, tanto per l'albergatore quanto per l'ospite, e diventare più o meno interessanti opportunità di business.
Il buffet è vantaggioso in termini organizzativi: la parte più importante del lavoro in cucina avviene prima del servizio, permettendo così di gestire il tutto in anticipo; inoltre, la consumazione è decisamente molto più veloce, il che rende il servizio molto più agile rispetto a quello al tavolo e abbassa così il numero di addetti richiesti rispetto a un servizio completo. Attenzione però a non perdere d'occhio la presentazione: un buffet deserto e non rifornito con attenzione e costanza diventa velocemente poco invitante e solleva i reclami più pesanti tra gli ospiti. Il rischio è presente anche quando, al contrario, un buffet viene realizzato con approssimazione e superficialità rispetto alle proiezioni di consumo – cioè a cosa e a quanto preferiscono mangiare gli ospiti. Questo comporta una quantità di sprechi che diventa facilmente piuttosto pericolosa per i conti del comparto. Lato ospite, in genere il servizio a buffet è a un prezzo molto più abbordabile e attrattivo, soprattutto per alcuni target nello specifico. Tuttavia, la scelta è spesso troppo limitata.
Poter ordinare à la carte, invece, dà completa libertà all'ospite, che può scegliere esattamente quanto e cosa ordinare. La personalizzazione è quindi massima e il personale di sala non si occupa tanto di vassoi da riempire e *mise en place* da ripristinare, quanto piuttosto di prendersi cura delle richieste dei clienti: il contatto diretto passa dall'essere marginale a essere parte rilevante dell'esperienza nel suo complesso, fino addirittura a rappresentare un metro di giudizio. Se da un lato tutto questo può aumentare la soddisfazione dell'ospite e dall'altro le entrate per l'albergatore, il servizio completo alla carta implica una serie di costi più elevati e di complicazioni organizzative e gestionali rispetto al buffet che è importante considerare in fase di scelta. Ci si avvicina a un servizio di ristorazione a tutti gli effetti, che richiede una cura più dettagliata della presentazione di ogni singolo piatto, una gestione più oculata di acquisti e scorte, nonché la necessità per il personale di sala e di cucina di essere perfettamente in sincrono: pianificazione, organizzazione e collaborazione tra tutti gli addetti deve essere massima per garantire efficienza e qualità.

I FATTORI CHE GUIDANO LA SCELTA

Ma insomma: è meglio offrire un servizio di ristorazione a buffet o alla carta nel proprio locale? Partiamo dai numeri. Nella maggior parte dei casi, capita che il servizio a buffet sia previsto per quella quota food compresa all'interno del prezzo della camera, mentre il menu viene proposto per tutto ciò che è extra, dal servizio in camera al bar, laddove previsti e presenti. Prendiamo come esempio un albergo 3 stelle stagionale, in Riviera, con una capacità ricettiva di 80 ospiti con trattamento B&B. Se fosse tutto semplice, e bastasse guardare al fatturato, una colazione alla carta, ad esempio, risulterebbe la scelta vincente rispetto a una colazione a buffet. Sta di fatto che nel mondo reale ci sono tanti altri fattori da considerare: di certo il fatturato da solo non è un dato in grado di portare a prendere una decisione finale strategica.
Nel capire se è meglio abolire il buffet per prediligere un servizio al tavolo, bisogna certamente pensare al personale, individuando numero di addetti necessari e fa-

cendo una stima dei costi implicati. Una colazione a buffet di norma richiede un numero di operatori di sala maggiore rispetto a quelli di cucina, mentre il contrario vale per la colazione alla carta. Rispetto a questo, poi, c'è anche da considerare la variabile temporale: il buffet tiene conto di tempistiche di sala particolari, come ad esempio quelle legate al rimpiazzo del prodotto in esaurimento e il riassetto del set-up tavola. Nella ristorazione alla carta, invece, diventano fondamentali le tempistiche di cucina: velocità di esecuzione sulla comanda, linea di preparazione. Senza dimenticare anche la capacità di ridurre al minimo gli scarti, *conditio sine qua non* per evitare di gettare direttamente denaro nella spazzatura e per prediligere piuttosto un approccio più votato alla sostenibilità, tanto ambientale quanto economica.

Altro fattore da considerare è il marketing o per meglio dire, più nello specifico, la promo-commercializzazione del servizio. La ristorazione alla carta è un servizio che bisogna essere capaci di vendere. Guardando i dati del nostro esempio, se ci immaginassimo un tasso di occupazione del 100%, dovrei vendere 48 colazioni alla carta per recuperare il fatturato garantito invece dalla formula con colazione a buffet inclusa nel prezzo della camera. Quante di queste un albergatore è in grado di vendere senza troppa fatica e dove, invece, deve ricorrere a strategie di marketing più avanzate? Proporzionalmente alla direzione che può prendere la risposta a questa domanda, cresce o diminuisce il fattore rischio: c'è pur sempre da tenere a mente che la colazione a buffet, compresa con la camera, rappresenta un costo fisso e un ricavo certo, mentre la colazione alla carta rappresenta un costo variabile ma un ricavo incerto.

La tecnologia può essere d'aiuto in termini di organizzazione del lavoro e gestione del magazzino

Acquista un valore fondamentale, infine, la dimensione spaziale. L'allestimento del buffet richiede molto spazio per comprendere non solo la presentazione dell'offerta, ma anche i flussi operativi e le manovre che devono eseguire personale e ospiti: tutto dipenderà totalmente dall'ordine col quale verranno esposte le derrate e dall'ottimizzazione dei corner di servizio.

UN SUGGERIMENTO POTREBBE ARRIVARE DALLA TECNOLOGIA

Prima di buttare giù la propria lista di pro e contro e la propria analisi rispetto ai criteri appena presentati, il suggerimento è quello di mettere sul piatto anche un ultimo fattore: quello tecnologico. Date le difficoltà gestionali attuali, che mettono a dura prova tutte le strutture ricettive e che possono più o meno acuirsi con l'una e l'altra soluzione, è rilevante pensare a come ottimizzare il lavoro, e la tecnologia in questo potrebbe essere un importante asso nella manica. Rifiutarsi di pensare in termini di automazione e ottimizzazione può costituire una barriera insormontabile dietro cui potrebbero nascondersi opportunità che nemmeno riusciamo a scorgere.

La tecnologia, infatti, può essere d'aiuto in termini di: organizzazione del lavoro, tramite planner e gestionali che facilitano monetizzazione, turnazione e gestione del magazzino; semplificazione del lavoro, con l'aiuto di robot, chioschi digitali e attrezzature all'avanguardia che riducono tempi di produzione e servizio; personalizzazione del servizio e massimizzazione del guadagno, grazie all'utilizzo del data management; promozione, via social e web, e presentazione dell'offerta. Ci avevi mai pensato?