

HOME &gt; Notizie

## Ristorazione in hotel: glocal, focalizzata sul cliente e con un occhio al digital

23/01/2020 11:04

Tra i temi emersi durante il secondo panel di Hotel Food Revolution anche le criticità che ancora caratterizzano il segmento - di Nicoletta Somma



La ristorazione in hotel ha fatto passi da gigante negli ultimi 30 anni. Ma quali sono oggi le strategie che la guidano? Questo il tema del secondo panel di Hotel Food Revolution organizzato a Milano dalle nostre testate AboutHotel e GuidaViaggi, dal quale sono emersi diversi spunti, dall'importanza di un'offerta contestualizzata al territorio, che tenga conto delle esigenze del cliente e della necessità di un approccio tecnologico fino alle criticità che ancora permangono.

Andrea Cartapatti, food & beverage manager Blu Hotels ha sottolineato come sia necessario un approccio trasversale: "La programmazione passa dall'individuazione dei servizi e dall'elaborazione di un budget". Ma soprattutto l'offerta deve essere glocal: "Deve essere contestualizzata al territorio, miscelando grandi accordi quadro con la fornitura a carattere locale". Per la catena gli accordi quadro rappresentano infatti il "70% dell'acquistato, il 30% è costituito da accordi che stringiamo con i fornitori del territorio". In casa Starhotels "il 90% della ristorazione gestita è in outsourcing - ha spiegato Antonio Ducceschi, general manager cluster Collezione -, mentre sui 5 stelle la proporzione è invertita". Importante secondo Ducceschi "rispondere alle esigenze dei clienti, offrire un'alternativa a quello che c'è già, capire le nicchie in cui l'offerta del territorio non è presente". Con un occhio di riguardo alla tecnologia: "Digital e tecnologia - ha commentato Nicoletta Polliotto, advisory board Bto 2020 - sono due assi cartesiani fondamentali per l'esperienza dell'ospite". E in questo senso "l'acquisto del servizio deve essere facile", ha aggiunto Ducceschi: quando la catena ha introdotto, infatti, un'app per ordinare un drink in piscina, il fatturato è aumentato del 30%. Sempre tenendo a mente "ciò che vuole il cliente, incentivando ciò che egli chiede".

Esistono, tuttavia, delle criticità: "E' difficile fare innovazione nell'hôtellerie - ha rammentato Carmine Garzia, docente presso l'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo - e fare ristorazione di qualità è un lavoro complesso". Sicuramente la ristorazione contribuisce a una forte differenziazione per l'hotel e "sarebbe interessante iniziare a misurare l'impatto sulla redditività e sulla reputation".

Ma quali sono le tendenze attuali? "Oltre al no-waste - risponde Polliotto - c'è quella della colazione in hotel aperta a esterni". Non manca, poi, chi come Starhotels ha scelto nel nostro Paese la strada della partnership: la collaborazione con Eataly consente "la valorizzazione di prodotti di qualità italiani", ha sottolineato Ducceschi specificando che all'estero, invece, ci si è orientati su "accordi con chef stellati nei ristoranti". Tuttavia c'è del lavoro da fare sul digitale: "Ancora non c'è maturità nei confronti di questo aspetto", ha detto Polliotto. Per esempio secondo la manager bisogna "fare attenzione anche all'instagrammabilità della nostra esperienza". E last but not least "il mio invito è quello di essere più flessibili".

Hotel Food Revolution si è concluso ieri a Milano con oltre 250 presenze nell'arco della giornata e 30 relatori.

Nicoletta Somma

RISTORAZIONE IN HOTEL: GLOCAL, FOCALIZZATA SUL CLIENTE E CON UN OCCHIO AL DIGITAL



**TAGS**

**QUESTO ARTICOLO MI FA SENTIRE**

Guarda tutte