

5 Aprile 2017

Speed Date del turismo, così gli imprenditori rilanciano sulla competitività

Sono 31 le aziende alberghiere e della ristorazione che hanno partecipato al nuovo evento formativo dell'Ascom, che ha offerto consulenze in cinque settori. Controllo dei costi e "social" i temi più caldi.

«Ogni tanto è importante fermarsi e analizzare la propria attività»





Cinque consulenti, cinque confortevoli uffici, una campanella che ogni venti minuti segnala che è arrivato il momento di cambiare tavolo e passare all'esperto successivo: sono gli Speed Date del Turismo, l'innovativa formula con la quale nelle giornate del 3 e del 4 aprile Ascom Confcommercio Bergamo ha offerto agli associati del settore alberghiero e della ristorazione un check up della propria attività. Un modo smart per affrontare i temi della competitività in un mondo, quello del fuoricasa, che va veloce e non perdona gli errori.

L'evento è stato realizzato dall'Area Formazione in collaborazione con l'Ente Bilaterale del Turismo e realizzato da GP Studios, azienda romagnola leader nella formazione delle imprese che operano nell'ospitalità.

Anziché le possibili anime gemelle – come nel format degli appuntamenti veloci per i single al quale si è ispirata l'iniziativa – i 31 imprenditori coinvolti hanno incontrato professionisti che hanno evidenziato criticità e opportunità, in tema di marketing e strategia; budget e controllo dei costi; web e social media marketing; gestione del lavoro e sicurezza; strategia commerciale.

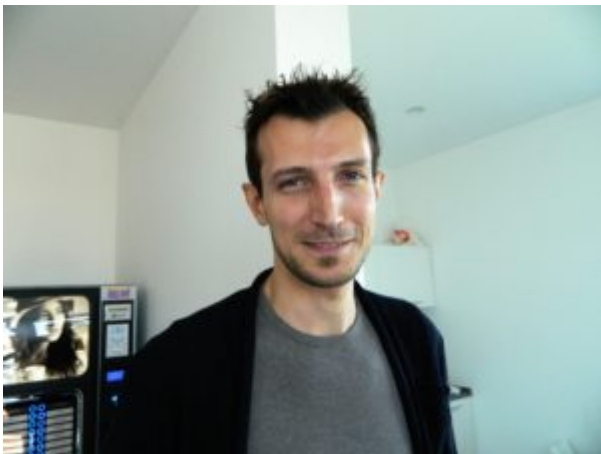
Niente colpo di fulmine, ma qualcosa di ugualmente immediato su cui riflettere e lavorare, tra punti deboli, correzioni di rotta, nuove chance, piccoli e grandi spunti, conferme. Uno degli aspetti più sensibili, come emerso anche nella [conferenza che ha aperto la due-giorni formativa](https://www.larassegna.it/conferenza-che-ha-aperto-la-due-giorni-formativa), è quello del controllo e della gestione dei costi per ottenere una corretta marginalità sui prodotti e i servizi offerti. L'altro è la presenza sui social network, strumenti facilmente accessibili e con grandi potenzialità che devono però essere conosciuti e utilizzati al meglio perché possano dare risultati alle imprese. Ma la full immersion ha anche permesso di risolvere con facilità alcuni dubbi e ricevere utili informazioni, soprattutto sulle novità legate ai rapporti di lavoro.

Ecco cosa ci hanno detto



Claudia Muscio

Per un “quattro stelle” da 150 camere di nuova generazione (è stato aperto otto anni fa) come il **Winter Garden Hotel** di Grassobbio analisi, organizzazione e marketing sono prassi consolidate, per questo l’incontro con i consulenti dello Speed Date Ascom è servito più che altro a dare conferme, «a dirmi che sono sulla strada giusta», commenta la direttrice **Claudia Muscio**. «Ma è arrivato anche qualche input – aggiunge –, lo stimolo a prendere in considerazione alcuni aspetti che ovviamente avranno bisogno di un maggiore livello di approfondimento. Un punto sul quale ci muoveremo di certo sono i costi della ristorazione, a cominciare da quello del personale, che hanno una forte incidenza sulla gestione. Ho anche ricevuto una diversa visione sul tasso di occupazione delle camere. Ho sempre pensato che potesse essere incrementato – confessa –, invece mi è stato detto che per il contesto in cui sorgiamo è già buono così». Nelle strategie commerciali l’hotel è stato “promosso”, con il consiglio di integrare maggiormente i social media, ha anche trovato la propria identità, indicata come fondamentale nella conferenza del mattino per competere in un mercato sempre più dinamico. «I clienti ci confermano che ormai il brand è conosciuto e ben posizionato», afferma la direttrice.



Mario Pesenti

Sono i social network il punto, sin ora lasciato in secondo piano, che intende sviluppare **Mario Pesenti**, 34enne chef e patron del ristorante **La Gare** di Caravaggio, che ha aperto nel 2009, rinnovando la tradizione familiare, dopo essersi fatto le ossa nelle cucine di Gualtiero Marchesi a Erbusco e Parigi, da Ezio Gritti all’Osteria di Via Solata e dal tristellato Georges Blanc in Francia. «Abbiamo un sito internet con il menù sempre aggiornato – racconta –, mentre non siamo presenti né su Facebook né su Instagram. Sinceramente sono strumenti che non conosco e ora come ora non saprei da dove cominciare per occuparmene, dovrò affidarmi a qualche esperto». I suoi bei piatti, per la verità, non sono sfuggiti ai social e sono già immortalati dai clienti in numerosi scatti, a testimonianza dell’appeal della sua tavola. C’è però la

La Rassegna

<https://www.larassegna.it/speed-date-del-turismo-cosi-gli-imprenditori-rilanciano-sulla-competitivita/>

necessità di fare un passo avanti. «Il locale è piccolo, non possiamo lamentarci, ogni anno cresciamo – dice Pesenti –, ma di lavoro non ce n'è mai abbastanza, soprattutto durante la settimana e in inverno. Sino ad ora ha funzionato il passaparola, adesso si deve per forza fare di più».



Monica e Ivano Vitale

Ristoratori da quattro generazioni, i fratelli **Monica e Ivano Vitale**, già Pooglia's e El Topico Latino, oggi al **Ristoro Pugliese** di via Tasso a Bergamo, hanno inquadrato l'obiettivo con la prima consulenza, quella dedicata al marketing e alla strategia, e trovato negli appuntamenti successivi alcuni spunti per centrarlo. «Per una gestione ottimale dovremo aumentare del 20% i coperti – evidenzia Ivano -. È quanto immaginavamo ed ora ci metteremo al lavoro per raggiungerlo, approfondendo alcuni temi con l'Ascom che, abbiamo visto, è ben strutturata per farlo». Monica, la chef, ha apprezzato l'opportunità di analizzare l'azienda. «Siamo sempre molto impegnati "sul campo" – nota –, il tempo è poco per dedicarsi allo studio della propria attività, alla programmazione e all'organizzazione. Il confronto con i professionisti ci ha facilitato in questo compito ed ora abbiamo le idee un po' più chiare». «L'intento è di sviluppare alcune iniziative commerciali – anticipa – ma anche migliorare l'offerta e affrontare il mondo dei social che sino ad ora abbiamo sottovalutato ma che può essere strategico proprio per gli aspetti commerciali».



Kim Vismara

«Ci vorrebbero anche solo dieci minuti in più a sportello per riuscire ad affrontare al meglio ogni singola questione. In ogni caso la consulenza è stata senz'altro utile, in particolar modo la parte dedicata a social media e marketing, mentre mi aspettavo decisamente di più dall'incontro su gestione e analisi dei costi – suggerisce **Kim Vismara** che si occupa della gestione e delle pubbliche relazioni dell'**Hotel Piazza Vecchia** in Città Alta, da 11 anni di proprietà della famiglia -.

La Rassegna

<https://www.larassegna.it/speed-date-del-turismo-cosi-gli-imprenditori-rilanciano-sulla-competitivita/>

Lo speed date mi porterà a rivalutare l'idea di affidare ad uno specialista la parte di gestione dei social media: è evidente che per avere risultati non basta la gestione fai da te di un aspetto cruciale e delicato come quello della comunicazione. Anche dallo sportello dedicato al lavoro ho avuto indicazioni, più che altro legate a normative e direttive, di cui tenere conto.



Enrica Gusmini

«È stata una giornata intensa, ma estremamente positiva perché ci ha permesso di rivalutare la nostra organizzazione di lavoro - spiega **Enrica Gusmini**, seconda generazione del **Ristorante Pizzeria Sette Colli** dal 1970 a Bossico, 130 coperti -. Dobbiamo senza dubbio intensificare la nostra presenza sui social network, di cui mi sono sempre occupata io nei ritagli di tempo. Lavoreremo anche al recupero di mail di clienti per l'invio di newsletter con le novità del ristorante. Abbiamo anche molti margini di miglioramento sul fronte della gestione e dell'analisi dei costi: ci siamo sempre concentrati sulla ricerca della materia prima e poco sul food-cost. Venti minuti a consulenza mettono un po' di ansia e pressione ma sono decisamente stimolanti e soprattutto affrontano concretamente e in modo propositivo questioni e problematiche con cui ci scontriamo ogni giorno».



Giuseppina Bianchi e Luca Arioli

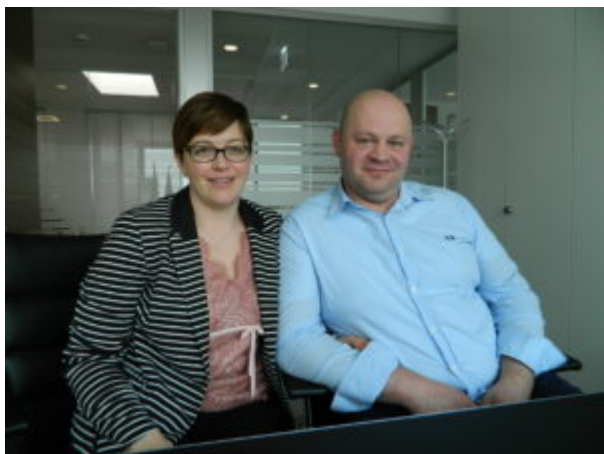
«La consulenza è stata senza dubbio utile per la nostra attività anche se si scontra con una scarsa presenza turistica a Piazzatorre - commentano **Luca Arioli e Giuseppina Bianchi dell'Albergo Ristorante Piazzatorre**, gestito dal 1962 dalla famiglia Arioli, che recentemente ha investito nella creazione di un centro benessere -. Purtroppo lavoriamo a pieno regime solo tre mesi l'anno, da giugno a settembre, dall'autunno a primavera la località è praticamente deserta. Avevamo molte aspettative per le Terme di San Pellegrino, ma sono state purtroppo disattese dal ridimensionamento del progetto iniziale». Lo Speed Date Ascom ha portato idee e spunti: «Torniamo a casa con molti consigli giusti e stimoli

importanti, dalla gestione dei costi alla comunicazione. Siamo molto carenti sul fronte social media marketing che implementeremo sicuramente al più presto».



Nicola Zanini

Paragonandosi ad uno studente, al termine degli Speed Date, **Nicola Zanini**, titolare dell'**Enoteca Zanini**, che gestisce da 13 anni in via Borgo Santa Caterina a Bergamo, non si sente affatto bocciato, ma carico di compiti sì. «Quelli emersi dai colloqui con i cinque consulenti – afferma – non li definirei punti deboli, ma di certo aspetti sui quali lavorare, spunti per migliorarsi. È quanto mi aspettavo da questa iniziativa». «La ristorazione sta cambiando – spiega – e bisogna essere al passo con i tempi. Per questo è importante confrontarsi con un punto di vista esterno e soprattutto fermarsi, sottrarre qualche ora, o qualche giorno, al lavoro consueto e guardarsi attorno per capire cosa sta chiedendo la gente». Gli stimoli sono stati molti e dovranno essere approfonditi, «tra questi una gestione più professionale della presenza sui social media, che c'è già ma è impostata in modo "casalingo"», rileva.



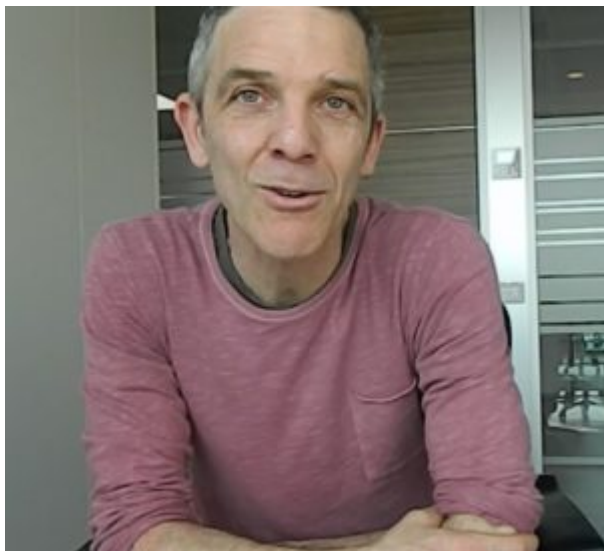
Michela Tomasoni e Paolo Cortinovis

Nel 2015 **Paolo Cortinovis** e la moglie **Michela Tomasoni** hanno operato una scelta controcorrente per il locale di famiglia, il **Sorriso** di Selvino aperto dal 1969: rinunciare alla pizzeria e puntare sul solo ristorante, riducendo la varietà dell'offerta. «Siamo soddisfatti della svolta – dice Paolo – ma cerchiamo sempre di migliorare. Poiché mi occupo della cucina, sono rimasto molto colpito dalle considerazioni sul food cost fatte dal consulente, su come gestire al meglio le diverse voci di spesa. Ho capito che è importantissimo fare i conti, ma farli sul serio, con carta e penna». Michela ha invece trovato nei professionisti l'opportunità per confermare quelle che per lei restavano intuizioni e per scogliere dubbi. «Capita di pensare "faccio questo o magari quello" – racconta –, potersi confrontare con degli esperti è utile a capire in che direzione andare, aggiustare il tiro. Ma abbiamo anche potuto risolvere rapidamente, grazie all'incontro in tema di

In Bassano

<https://www.larassegna.it/speed-date-del-turismo-cosi-gli-imprenditori-rilanciano-sulla-competitivita/>

lavoro, una questione legata all'abolizione dei voucher». Tra le iniziative che prendono in considerazione, la proposta di serate ed eventi e la ricerca dei modi migliori per pubblicizzarli.



Andrea Venturini

Il Monello di Zingonia lavora con le colazioni e il menù di mezzogiorno a prezzo fisso. È perciò vitale per questo locale tenere sotto controllo il food cost. Ne ha avuto la conferma **Andrea Venturini**, seconda generazione in forza all'attività, aperta negli anni Settanta e tornata alla gestione diretta 13 anni fa. «Lavorando con le aziende dei dintorni – afferma – abbiamo subito un duro colpo dalla crisi. Prima i flussi erano costanti, ora si sono ridotti e sono imprevedibili. Non è più possibile andare avanti navigando a vista e il food cost è un punto chiave. Abbiamo sempre pensato di fare del nostro meglio dando il massimo al cliente, senza calcolare esattamente le incidenze e i margini, senza pianificare e organizzare l'attività – ammette con coraggio -. È anche per questo motivo, per timore di sbagliare, che non abbiamo mai affrontato il tema delle convenzioni con le aziende per la pausa pranzo». «L'idea di intervenire sul controllo dei costi c'era – precisa -, lo Speed Date mi ha dato più consapevolezza, ora bisognerà studiare, a partire dai corsi che a breve proporrà Ascom Formazione». «Mettere a posto i conti – conclude – significa avere risorse da investire e in questi momenti poco felici occorre avere più armi a disposizione».



Luisella Scandella

Al ristorante **La Baitella** nella pineta tra Songavazzo e Onore, più di 160 coperti in mezzo al verde, sono pronti a mettere in pratica i suggerimenti e i consigli degli esperti: «La nostra attività è più che avviata e specialmente nei fine settimana siamo al completo, ma possiamo ancora migliorare e aumentare i coperti durante la settimana – spiega **Luisella**

Scandella che gestisce con il fratello Renzo il locale aperto da papà Ernesto nel 1973 -. Il primo passo sarà quello di limare i costi, anche se privilegiamo da sempre produttori locali e a kilometro zero e mio fratello, che si occupa della cucina, ha addirittura ristrutturato un'intera sala da solo, realizzando boiserie su misura, ed ora ha preparato una panca per l'esterno». Anche sul fronte del social media marketing ci sono ottimi margini di crescita: «Dobbiamo intensificare l'attività su Facebook, valorizzando anche la nostra cucina, dalla pasta fresca fatta in casa alla polenta fatta con farina di mais rostrato di Rovetta, fornita direttamente dal produttore, ai formaggi, tutti preparati da casari della zona».



Graziella Bonomi

All'**Hotel Parigi 2** di Dalmine **Graziella Bonomi**, vicepresidente del Gruppo Albergatori Ascom, ha iniziato a rivedere costi e bilanci subito dopo il convegno di lunedì, per prepararsi ad affrontare al meglio lo Speed Date dell'indomani. «Gli spunti sono stati davvero tantissimi e abbiamo trovato il format molto innovativo, anche se chiaramente venti minuti a consulenza passano davvero in fretta - commenta Graziella Bonomi che con papà Luigi e mamma Irma Dentelli ha inaugurato l'albergo nel 1993, forte di una tradizione di famiglia iniziata dalla madre in Francia in Alta Savoia e poi a Dalmine all'Hotel Piccola Parigi -. Il nostro obiettivo è quello di migliorare il servizio stando ancora più attenti ai costi. Purtroppo siamo sempre talmente impegnati a portare avanti le attività di tutti i giorni che finiamo col trascurare il controllo di gestione e bilancio». L'obiettivo è quello di incrementare la redditività della spa dell'hotel inaugurata nel 2012 ed aperta anche agli esterni: «Abbiamo ampi margini di crescita e contiamo di attrarre un maggior numero di clienti con la nostra filosofia di cura olistica». Un'altra area da migliorare è quella dei social network: «Nonostante siamo ovviamente presenti sui social possiamo crescere ulteriormente e rafforzare la nostra immagine sul web» continua Bonomi.

Non mancano una riflessione e un appello alla categoria: «Lo Speed Date rappresenta un'occasione per frequentare di più l'associazione e collaborare tra colleghi. Con un lavoro di squadra potremmo valorizzare ulteriormente Bergamo come destinazione turistica. Insieme potremmo inoltre sensibilizzare le istituzioni per condividere una pianificazione annuale di eventi».



Il ristorante pizzeria **Baraonda** di Cirano, frazione di Gandino, è pronto a mettere in atto piccoli accorgimenti che possono portare l'attività, forte di 25 anni di storia, a crescere ulteriormente e ad ottimizzare risorse e sforzi: «Ci aspettavamo maggiori correttivi, invece tutto sommato abbiamo scoperto che stiamo facendo abbastanza bene – commenta **Francesco Tibaldo** che porta avanti l'attività con la moglie Daniela Gusmini, aperta nel 1992 dopo esperienze in diversi settori, rappresentante di articoli per fioristi lui e specializzata nella confezione sartoriale lei -. Possiamo comunque mettere in campo diversi accorgimenti, dalla spesa all'organizzazione manageriale in cucina, che ci consentono di limare i costi e incrementare l'efficienza». Decisamente da rivedere comunicazione e social media marketing: «Il sito va rifatto, anche perché abbiamo recentemente ristrutturato completamente il locale, inoltre dobbiamo affidare ad uno specialista la gestione dei social, perché non riusciamo ad essere abbastanza efficaci e le potenzialità offerte da questi mezzi sono davvero interessanti. Possiamo dare maggior valore e pubblicizzare l'attenzione che ogni giorno mettiamo dietro ad ogni ricetta, in particolar modo per le intolleranze alimentari, dai dolci senza glutine e senza lattosio, ai tempi lunghi di lievitazione degli impasti della pizza, arricchiti anche dall'uso di curcuma, soia, e proposti anche nella versione integrale» allarga le braccia Francesco Tibaldo.