

FENOMENI

di fronte al giardino (con un dehors aperto da aprile a ottobre, ndr), permettendo ai clienti di sedersi intorno al bancone e osservare i bartender”. Per questi ultimi, la struttura ha investito in formazione in quanto “volevamo affinare le loro capacità e proporre un’offerta di qualità in carta”, composta sia da prodotti italiani che da una selezione di spirits internazionali, utilizzati per creare drink che seguono la stagionalità, oltre ai grandi classici della mixology. In generale, negli anni, “non abbiamo notato un cambiamento a livello di orari per i consumi, quanto piuttosto nella percezione del cocktail, che non viene più visto come un accompagnamento, ma al pari dell’offerta food (che in tutti gli hotel Bulgari del mondo viene seguita dallo chef **Niko Romito**, ndr)”, continua Dell’Appenino. “Oggi un consumatore va a ‘provare’ un bar, esattamente come prima accadeva esclusivamente per i ristoranti e, sulla base di questo fenomeno, abbiamo alzato l’asticella della nostra offerta beverage che punta sul massimo della qualità e dell’esperienza”. Per gli ospiti che soggiornano nelle suite in struttura, inoltre, viene offerto un “delivery cocktail”, che, affiancato da un set con bicchiere personalizzato Bulgari creato da **Venini**, viene recapitato direttamente in camera.

DIVERSE COCKTAIL VENUE

La centralità dell’offerta beverage negli alberghi si concretizza anche attraverso la diversificazione delle aree ad essa adibite. Gli hotel vengono pensati “sempre più con ampi spazi comuni, flessibili, multifunzionali, ibridi: spazi per ristorarsi,

consumare un pasto o bere un drink, per lavoro, per incontro, per piacere”, ha spiegato **Giacomo Racugno**, CEO dell’hospitality & foodservice del general contractor **Augusto Contract**. “Il processo di ibridazione in essere fra l’hotel e la città vede così spazi di hospitality fluidi e riconfigurabili, da workplace a lobby bar, fino a mixology e cocktail bar per una dimensione sociale e di utilizzo tutta nuova”. Ne è un esempio il **The Gritti Palace**, a Luxury Collection Hotel, di Venezia che articola la propria proposta beverage costellando l’hotel con diverse venue. Riva Lounge è la terrazza bar che si affaccia sul Canal Grande, da cui partono tour privati in barca grazie a una partnership con il cantiere navale Ferretti Yachts, affiancata dal cocktail bar d’albergo **Bar Longhi**. Per la cena ci si sposta al **Club del Doge**, il ristorante che propone un’offerta più formale, con una carta cocktail e vini e un team di sommelier a disposizione. “Il ristorante Club del Doge e Riva Lounge sono le venue prese maggiormente in considerazione dai nostri ospiti - spiega **Domenico Pellegrino**, food & beverage director dell’hotel -, anche se la terrazza esterna è la location preferita”. In generale, il beverage pesa per il 40% sul fatturato f&b dell’albergo - di cui il 13% deriva dal ristorante e il 23% dal bar - e circa il 9% su quello totale, e “continuiamo a investirci”. Dallo scorso novembre, infatti, “stiamo lavorando insieme al management per sviluppare ancora di più questo segmento. Nello specifico, abbiamo investito su un team di sommelier professionisti che, insieme a me, seguono tutta la divisione beverage”. Infatti “la nostra carta vini, che oltre alle grandi cantine blasonate riporta un’attenzione ai prodotti del territorio veneto e dintorni, è in continua evoluzione, integrata periodicamente con nuove etichette”.

PERSONAL (E LOCAL) BRANDING

Proprio l’interazione con il territorio e le sue realtà è un altro fenomeno che caratterizza l’offerta beverage negli hotel. “Sono molti gli hotel che affidano ad esperti mixologist lo sviluppo di una carta cocktail originale o creano sinergia con le realtà artigianali del territorio (come piccoli birrifici, cantine, laboratori) per offrire un’esperienza autentica”, aggiunge Voltolini. In termini di sinergie, si ricordano, per esempio, quella tra l’**Hassler** di Roma e la cantina **Poggio Mandorlo** per la vendita di vini



Riva Lounge, The Gritti Palace, Venezia
In apertura, terrazza dell’Hotel Hassler di Roma