Locali a misura di famiglia

bimbi-al-4cento-39ae3f8d

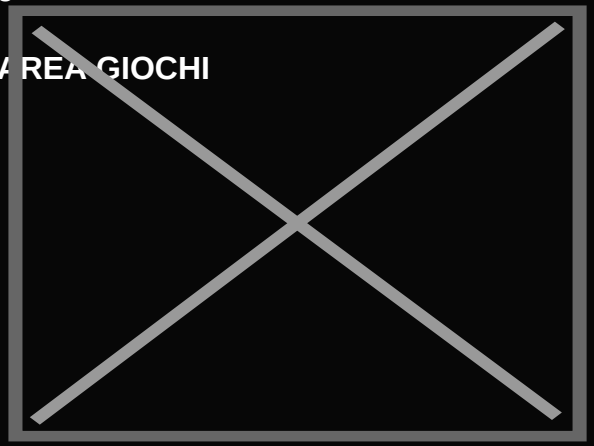
È tempo di dedicarsi di più ai bambini e alla famiglia. Per allargare la clientela e per avvicinare un numero maggiore di famiglie con figli piccoli. Come? Ecco i suggerimenti di chi gestisce con successo un kid-friendly restaurant

Innanzitutto, che cosa desidera la clientela di un family restaurant? «Accortezza e inclinazione nei confronti dei bimbi, che invece troppo spesso sono percepiti come elemento di fastidio, qualità assoluta delle materie prime e prezzi agevolati per i più piccoli» risponde Massimo De Luca, titolare del ristorante 4cento di Milano, nel 2008 pioniere nel proporre brunch per le famiglie con laboratori per i bambini gratuiti fino ai 4 anni (gli adulti pagano 30 euro e i ragazzini, fino ai 10 anni, 15). Sulla stessa linea è Fulvio Castellaro, titolare del Mucca Pazza di Torino, ristorante pizzeria in franchising in procinto di aprire il decimo punto vendita a Roma. «Non basta mettere due casette di plastica in giardino o allestire una sala del locale, per avere successo occorre anche dedicare un menu speciale ai bambini e organizzare delle attività capaci di coinvolgerli». E ancora: «Per attirare le famiglie sono fondamentali servizi per i piccoli come seggioloni e fasciatoi, qualità del cibo e prezzi abbordabili, visto i tempi che corrono», osserva Massimiliano Evangelista, patron del Briciole e Favole di Roma, che propone cene con menù a prezzo fisso a base di pizza, pasta o carne grigliata, rispettivamente a 15, 18 e 20 euro e animazione serale al prezzo di 10 euro a bambino (da giovedì a sabato).

IL MENÙ

E veniamo al menù: che tipo di cucina prediligono i bambini? «Semplice e genuina. Adorano la pasta al pomodoro, il risotto e la pizza Margherita», risponde De Luca. Che avverte: «Essenziale, in ogni caso, è puntare sempre sulla massima qualità delle materie prime: solo così si conquista la fiducia dei genitori e si fidelizzano i clienti».

AREA GIOCHI



Per assicurare un periodo di relax agli adulti, è utile

attrezzare l’eventuale giardino con un’area giochi con animatrici specializzate e ricavare nel locale una baby room di almeno una ventina di metri quadri. «Quanto più l’area per i bimbi è grande, meglio è», puntualizza Evangelista.
E se manca lo spazio? Per attirare le famiglie si può ricorrere all’ausilio di una baby sitter che intrattenga i bimbi in un angolo appartato del locale durante le serate più vivaci o la domenica a pranzo. Ovviamente non è la stessa cosa, ma è meglio di niente.

L’ANIMAZIONE

Passiamo quindi all’animazione. Sorriso, gentilezza, predisposizione per i bimbi: ecco le qualità indispensabili per chi vuole lavorare con i più piccoli. Ma come reperire gli animatori? C’è chi si avvale di agenzie specializzate, chi li forma internamente (come nel caso del Mucca Pazza, dove la sala bimbi è sempre presidiata da una o due operatori) e chi invece si occupa della selezione di persona, affidandosi al passaparola delle mamme e alla ricerca diretta nelle scuole. Non esiste una soluzione valida per tutti: la decisione va valutata in funzione della capacità del locale, dell’affluenza media e del tempo a disposizione. Un avvertimento, comunque: «Quando ci si occupa personalmente del tema, per ottenere visibilità e credibilità è essenziale individuare subito dei punti cardinali fissi» suggerisce De Luca. Tenete presente poi che, nella maggioranza dei casi, le attività di ricreazione per i bimbi sono organizzate solo giovedì, venerdì e sabato sera e domenica a pranzo.
Detto questo, quali attività proporre? «Laboratori di disegno, di teatro, di giardinaggio e di cucina. Ma anche quiz e giochi di gruppo», risponde Castellaro. «Nel mio locale ha avuto uno strepitoso successo il laboratorio del verde, ideato per insegnare ai bambini come seminare e far crescere le piantine», aggiunge De Luca. Infine: quanto si spende per l’animazione? Dipende. «Si va dai 40 ai 100 euro al giorno per un animatore di contatto, a seconda se l’impegno richiesto è continuativo od occasionale», risponde Evangelista. Quanto ai laboratori: «Il costo varia tra i 150 e i 200 euro: non poco. Ma li consiglio: permettono di riempire il locale e sul lungo periodo assicurano un beneficio economico», specifica De Luca.

5 minuti con Beppe Scotti, titolare del Gruppo Ethos Ristoranti