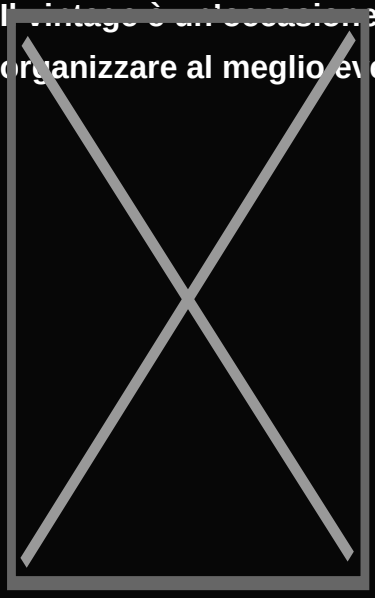
Vintage, una passione destinata a durare. Un'occasione di business

missy-malon-fc2be701

Il vintage è un'occasione per aumentare il business; qualche spunto di riflessione per organizzare al meglio eventi retrò



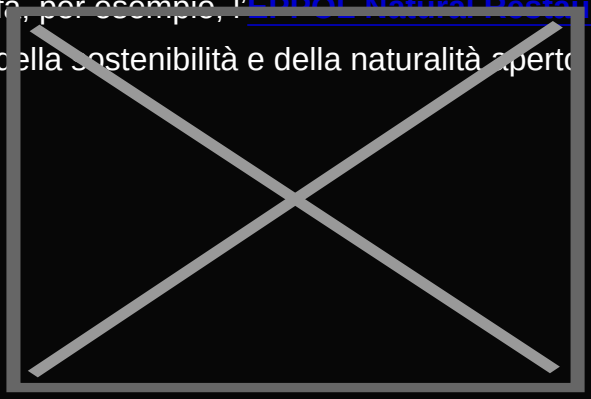
Da quando, nel 1998, Matteo Grandi e Romina Rustioni hanno aperto a Varedo (MB) il **Milwaukee 50's diner**, locale tematico in stile America anni '50, la moda del vintage ha contagiato tutti i settori. E oggi ogni gestore sa che programmare eventi dal sapore retrò è un'ottima strategia per attirare la clientela. Mixer ha raccolto consigli e spunti per aiutarvi a incrementare non solo la soddisfazione dei clienti, ma anche il business del vostro locale.

IDEE INEDITE

Innanzitutto: cosa proporre, al di là dell'ormai diffusissimo burlesque, che richiede la presenza di un palco o, per lo meno, di un ampio spazio che non tutti dispongono? Dipende dagli obiettivi che vi ponete. Ecco un paio di suggerimenti.

Per animare la domenica pomeriggio, un'ipotesi interessante è il Vintage Tea Party, una merenda retrò a base di dolcetti e tè, servito ovviamente in teiere e tazze d'epoca, con tanto di musica di

sottofondo. Un evento ideato dal duo Le Zollette, alias Ilaria Bitetto e Matteo Valecchi, introdotto di recente con successo anche dal **Blanche Bistrot** di Milano. «La formula? Una domenica, dalle 17 alle 19, ricreiamo un'atmosfera d'altri tempi grazie alla musica e alla mise en place. Per l'occasione, offriamo una selezione di dolcetti e salatini preparati con prodotti prevalentemente biologici, pensati anche per chi soffre di intolleranze alimentari, con una tazza di tè da scegliere tra le diverse qualità in menù, al costo di 10 euro», spiega Chiara Betocchi, titolare del locale aperto meno di un anno fa a Milano. Se invece volete attirare la clientela prima di cena, una valida opzione è l'aperitivo vintage. lo fa, per esempio, l'**EPPOL Natural Restaurant Bistrot**, nuovo spazio polifunzionale votato al tema della sostenibilità e della naturalità aperto sulla storica Alzaia Naviglio Grande, a Milano.



«In concomitanza con il mercatino dei Navigli, ogni ultima domenica del mese ospitiamo, dalle 18 alle 22,30, l'Aperò Retrò con animazione e la dj session di musica jazz, foxtrot, swing e R&B a cura di Virgil DeNice, uno dei pochi dj capaci di mixare con vinili originali in formato 78 e 45 giri, nonché fondatore della **Voodoo De Luxe**, l'agenzia di eventi retrò più antica d'Italia», chiarisce Andrea, il gestore.

TRUCCHI DEL MESTIERE

E veniamo alla domanda cruciale: qual è la ricetta per avere successo? Innanzitutto, tenete presente che per essere credibili, e quindi vincenti, occorre ospitare eventi coerenti con filosofia, identità, valori, estetica e target di riferimento del proprio locale. Poi, è fondamentale dosare con sapienza il calendario degli appuntamenti in termini di contenuti e di frequenza. «La parola d'ordine, oggi, è varietà: è controproducente proporre troppo spesso le medesime iniziative. A fronte di un'offerta ampia e frammentata come quella attuale, meglio puntare su eventi one shot, piuttosto che su appuntamenti a cadenza settimanale», suggerisce il fondatore del Milwaukee 50's diner. E non meno importante è comunicare con efficacia l'evento.

«Tra gli elementi chiave, ha un ruolo determinante la capacità di alimentare attesa e passaparola intorno all’appuntamento, anche sfruttando le potenzialità che offrono oggi i social media. Per questo organizziamo un solo appuntamento vintage al mese e ci affidiamo a un’agenzia specializzata che conta sul supporto di un’ampia community di appassionati del genere», afferma il gestore dell’EPPOL Natural Restaurant Bistrot. Insomma, realizzare e comunicare con successo un evento non è scontato, né facile. Ecco perché tutti gli intervistati consigliano di appoggiarsi a professionisti del settore. Facendo attenzione, però, ai ciarlatani. Meglio verificare personalmente la professionalità dello staff e degli artisti, assistendo a uno show o a un evento. Diversamente, è altissimo il rischio di brutte sorprese.