Se il cliente non ordina un secondo cocktail, potrebbe essere colpa della musica

Il cocktail è impeccabile, l'illuminazione perfetta, la seduta comoda. Peccato che per parlare con chi ci sta di fronte si debba gridare. E così, anziché ordinare un secondo drink, si chiede il conto. Parte da questa situazione fin troppo familiare l'intervista di Mary Anne Porto su Punch ai tre soci di Uncanned Music, Joe Darling, Megan Molloy e David Allen, specializzati nella progettazione sonora di bar e ristoranti. Il loro lavoro non consiste semplicemente nel selezionare buona musica. Significa studiare l'acustica degli ambienti, la distribuzione degli altoparlanti, i materiali utilizzati nell'arredamento e persino il ritmo del servizio. Un'attività che può iniziare mesi prima dell'apertura di un locale. Al ristorante Brasero di Chicago, guidato dallo chef John Manion, la programmazione musicale accompagna le diverse fasi della serata: dall'accoglienza al momento di maggiore affluenza, fino alla chiusura. La colonna sonora diventa così parte della regia del servizio. Ma non occorre trasformare il proprio locale in un listening bar, né investire necessariamente in un impianto hi-fi da collezionisti. Alcune criticità nascono da scelte progettuali apparentemente estranee alla musica: grandi superfici vetrate, cemento a vista, cucine aperte o una distribuzione poco equilibrata degli altoparlanti. Nell'intervista, i tre specialisti spiegano quali errori evitare già nella progettazione di un pubblico esercizio, come intervenire nei locali esistenti e perché una playlist generata da un algoritmo difficilmente possa tenere conto di tutte le sfumature dell'ospitalità. Uno spunto per chi sta progettando un'apertura, ma anche per chi si interroga sui tempi di permanenza dei propri clienti.