Alta ristorazione e ospitalità di lusso: a Roma il prossimo appuntamento con il format B2B Sync Table

319ba861-9d85-4399-83ad-d315b7b874ae

Chi sceglie un ristorante o un hotel di altissimo livello non acquista semplicemente un prodotto o un'esperienza, ma investe nella certezza di ricevere un servizio impeccabile, un trattamento esclusivo, un'attenzione autentica: una promessa di qualità che giustifica il valore e il prezzo della scelta. Una fiducia che la struttura deve poter riporre, a sua volta, nei propri fornitori che diventano parte integrante della capacità di offrire servizi di livello superiore.

Quale luogo migliore, se non la tavola, per conoscersi, provare i prodotti e costruire relazioni intorno al cibo? Così nasce **Sync Table**, un nuovo modello di business B2B itinerante in diverse città d'Italia (Milano, Roma, Napoli e presto anche Bologna e Firenze) ideato nel 2025 da Maurizio Randolfi (imprenditore e Direttore Commerciale del Gruppo Galli), che lo dirige, insieme all’agenzia di comunicazione digitale DPS Social Team, e dedicato alle aziende che operano nella filiera food e ai professionisti dell'alta ristorazione e dell'hospitality di lusso. Un format di **incontri commerciali esclusivi** con selezione e fee di ingresso per la partecipazione, che mette in relazione domanda e offerta attraverso cene gourmet a numero chiuso, che diventano strumento concreto e mirato di networking e sviluppo del business.

Quote

Sync Table nasce come alternativa alle fiere B2B nelle quali noi e altre aziende del settore fatichiamo sempre di più a riconoscerci: molte si somigliano, altre sono cresciute al punto da perdere la propria identità. In questi contesti è difficile trovare gli interlocutori giusti: gli incontri sono spesso veloci e disturbati. Con Sync Table l'obiettivo è, al contrario, creare occasioni di incontro qualificate tra aziende fornitrici e potenziali clienti, testando il prodotto in diretta, favorendo la nascita di relazioni basate su un’esperienza condivisa e su una stretta di mano.

Maurizio Randolfi, direttore e fondatore di Sync Table

Il format prevede la partecipazione di **non più di 10 aziende e un massimo di 30 potenziali clienti**, ospiti con i loro accompagnatori, individuati tra i prospect delle aziende che hanno aderito e tra gli operatori dello stesso settore. Accanto a un nucleo stabile di aziende che garantisce riconoscibilità e continuità al progetto - **Gruppo Galli** (seleziona e fornisce di carni di pregio), **Cibaria** (seleziona eccellenze culinarie e sviluppa ricette della gastronomia laziale), **The Smoking** (lavora artigianalmente carni affumicate di alta qualità) e **The Circle** (azienda agricola specializzata nella coltivazione acquaponica) - per ogni edizione le altre realtà vengono selezionate sulla base di parametri precisi: qualità e posizionamento dei prodotti o servizi, coerenza con il mondo dell'alta ristorazione e dell'hospitality e complementarità rispetto alle altre aziende presenti. Ai tre appuntamenti finora svoltisi, oltre alle aziende fondatrici, hanno partecipato Acqua Filette, Riso Acquerello, Limori Bevande, Gerli Quality Frozen Food. Al prossimo Sync Table, in calendario il **30 novembre 2026** al **Balagan** di Roma, si aggiungerà anche La Romiglia Vini.

La selezione mirata di partner e ospiti, l’esclusiva merceologica - all'interno della stessa edizione non sono presenti aziende della medesima categoria - e la formula business informale, sono gli elementi distintivi del format. Superando la tradizionale dinamica espositore-visitatore, Sync Table propone un modello nel quale ogni partecipante è parte attiva di un'esperienza condivisa e in cui la dimensione gastronomica è centrale: il menu del Sync Table viene costruito dallo chef dell’edizione valorizzando i prodotti di ciascuna delle aziende coinvolte all'interno del percorso della cena. Gli ospiti hanno così l'opportunità di conoscere e sperimentare direttamente le proposte delle aziende in un contesto specifico e profilato, mentre i partner possono raccontare il proprio lavoro, confrontarsi con i potenziali clienti e mostrare in tavola il valore dei propri prodotti.