

HOSPITALITY MANAGEMENT **REVIEW**

HM/R

PROSPETTIVE
CONSUMI FUORICASA
COSA ASPETTARCI

NETWORKING
CLAUDIO CATANI
«F&B IN HOTEL, ARMA STRATEGICA»

TOPICS
LA NECESSITÀ DI UN MODELLO
SOSTENIBILE PER IL DELIVERY

TRA EMPATIA E TECNOLOGIA ECCO LE SFIDE FUTURE DELL'OSPITALITÀ

CINZIA PRIMATESTA
COFONDATRICE LAQUA RESORT
GRUPPO CANNAVACCIUOLO



di **Paolo Andreatta**

#management #revpash #f&b

 Tempo di lettura: 5 minuti



F&B IN HOTEL, ARMA STRATEGICA

DATI, CONTROLLO, REVISIONE.
COME RAFFINARE LA MARGINALITÀ
E IL PROFITTO DELLA RISTORAZIONE IN HOTEL?
LO ABBIAMO CHIESTO AL "MAESTRO" DEL REVPASH,
CLAUDIO CATANI



«I dati ci guidano, ci parlano, ci aiutano nelle nostre scelte». Sono parole di Claudio Catani, già Top General Manager of the Year Worldwide nel 2015, una carriera al vertice della grande ospitalità italiana e oggi Vicepresidente Hospitality Division di ICON, realtà che si occupa di gestire le aree manageriali di 4 strutture toscane e che genera 7 milioni di fatturato.

«Per me – spiega – la ristorazione nell'ambito di una struttura ricettiva è fondamentale. Oggi ancora in molti la considerano un problema. In realtà, è una grande arma strategica per attrarre clientela alto spendente».

Claudio Catani, Vicepresidente Hospitality Division ICON



40%
INCIDENZA F&B
SUL FATTURATO TOTALE



25%
MARGINALITÀ
F&B DIVISION



F&B COMPARTO CHIAVE

È proprio sulla più efficiente riorganizzazione del comparto F&B che Claudio Catani ha puntato nel lancio di **The Sense Experience Resort**, ultima delle tante sfide accettate da Catani. Aperto a luglio 2020 e preso in gestione da

Catani circa un anno più tardi, The Sense è resort di pregio situato nella baia

di Follonica, con 112 camere e 5 ettari di parco. «Qui ho subito cercato di creare nuovi ambiti di clientela, lavorando su nicchie di offerta e su una precisa targettizzazione. In tal senso l'offerta F&B è la chiave per aumentare il profitto. Impostando un controllo di gestione costi e ricavi rigoroso».

**“IL F&B IN HOTEL È
UN'ARMA STRATEGICA
PER ATTRARRE CLIENTELA
ALTO SPENDENTE”**

NON SOLO REVPASH

Non a caso Claudio Catani è stato uno dei primissimi a parlare di RevPash in Italia, importandolo dalle scuole di management americane, in particolare dalla Cornell University. «Era un elemento di cui allora non avevo mai sentito

parlare. Oggi, RevPash a parte, credo in generale molto nei numeri. Una delle primissime azioni che

ho fatto qui al The Sense è stato impostare un preciso controllo di gestione per outlet ristorativo che ci dà contezza in ogni momento della produttività e della marginalità dei singoli ambiti e prodotti. Senza un controllo simile, gli obiettivi che ci poniamo sarebbero inutili».



ICON COLLECTION



COS'È

Azienda del gruppo imprenditoriale Ficanterri, si occupa di gestire le aree Sales & Marketing, Amministrazione, Finanza, Revenue, Controllo di gestione, Acquisti, QHSE e HM per quattro strutture toscane



STRUTTURE

- The Sense Experience Resort (Follonica, GR)
- Park Hotel Marinetta (Marina di Bibbona, LI)
- Antico Podere san Francesco (Vada, LI)
- Borgo Verde (Vada, LI)



FATTURATO

€ 7 milioni comparto ristorazione



UN F&B CHE VALE IL 40%

Risultato: una marginalità salita al 25% e un incremento del peso del F&B sul fatturato complessivo che raggiunge il 40%. Al The Sense, dopotutto, l'offerta F&B è davvero importante. A partire dalla colazione, con ritmi di 270 coperti al giorno. «Ho cercato di portare anche alcune novità dall'estero. Ho creato, per esempio, la figura del "juice guy", che risponde molto bene alle crescenti esigenze in tema di healthy drink, mutuandola dall'americana "omelette station"». Quindi il ristorante principale, il Beach Club con formula all day dining e l'ultima novità del 2022: il fine dining che punta sull'emozionalità del luogo, testimonianza della costante crescita del comparto F&B.

IL BEVERAGE COME STRATEGIA

Tra gli elementi chiave su cui lavorare Catani punta il dito sul comparto beverage. «Il beverage sarà se non la chiave di volta l'elemento che più agirà sulla nostra marginalità e sulle scelte dei consumatori. Oggi i nostri clienti sono più esigenti, sia nei confronti del-

**"NEI PROSSIMI ANNI
SARÀ CRUCIALE DARE
AL CLIENTE OPZIONI
TRA CUI SCEGLIERE"**

la mixology sia dei vini. Sono più preparati e scelgono prodotti dal valore più elevato. In tal senso la marginalità del beverage non potrà che salire. Già oggi, per esempio, parliamo di una marginalità che arriva all'80%.

MAGGIORE FORMAZIONE

«È necessario – conclude Catani – studiare molto. Imparando il modo corretto di fare le cose. L'uso del RevPash va proprio in questa direzione. E non si tratta della formula Catani o Rossi. Ci sono precise case history per quanto concerne le incidenze». Un invito rivolto in particolare ai giovani. «Oggi mancano professionisti nel nostro settore. Dovremo reclutare 200 lavoratori in tutti i livelli di inquadramento e abbiamo grosse difficoltà. Il mio consiglio? Formatevi anche all'estero: Stati Uniti e Asia in particolare, per imparare nuove tecniche essenziali per far crescere il know how manageriale».