

Fidelizzazione, esperienzialità, recruiting. Bettozzi (“Come ‘na vorta”): ecco come crescere nella ristorazione

28 Ottobre 2024



ROMA – Della battuta di arresto della ristorazione accentuata dalla pandemia del 2022 si è parlato ampiamente, oggi il bilancio è in risalita e la prospettiva in crescita ma la stabilità non è intesa in termini positivi, secondo il Rapporto Ristorazione 2024 di Fipe (la federazione dei pubblici esercizi di Confcommercio) che, al contrario, avverte che il comparto sta cambiando pelle e tanti sono chiamati ad adattarsi alla transizione digitale e a misurarsi con investimenti per rinnovarsi.

Inoltre, i consumatori sono sempre più consapevoli ed esigenti, non a caso la spesa alimentare fuori casa ammonta a 92 miliardi di euro, dunque viene da chiedersi quanti ristoratori hanno e avranno le capacità di misurarsi con l’evoluzione che sta esprimendo il settore.

Abbiamo rivolto l’osservazione a **Marcello Bettozzi**, quarta generazione della famiglia Bettozzi Palombi alla guida dei cinque (per ora) ristoranti romani e due milanesi “Come ‘na vorta-Pasta e Vino”, tutti specializzati in ricette tradizionali laziali e lavorazioni artigianali

tramandate dalla nonna **Iris Palombi**, dalla pasta fatta a mano accompagnata dai tipici sughi romani, alla coda alla vaccinara, fino ai dolci.

“La passione muove tutto e ci dispiace riscontrare una sua diminuzione corrispondente ad una diminuzione dello spirito di sacrificio, vediamo che le nuove generazioni si orientano sempre più verso lavori che non richiedono manualità”, osserva l'imprenditore.

“Dal canto nostro, invece, siamo sempre stati abituati da nostra nonna a migliorare il prodotto e il servizio giorno per giorno, pur riscontrando inizialmente la difficoltà di reperire le risorse umane necessarie per far fronte alle aperture dei nostri ristoranti. Tuttavia”, rileva **Bettozzi**, “abbiamo individuato una politica di recruitment molto elastica e aperta a tutte le nazionalità, infatti cerchiamo di modulare il monte ore sulle esigenze del dipendente e in tal modo possiamo rimanere sempre aperti e non chiudere per carenza di personale. Inoltre, in ogni locale ci teniamo ad avere parità numerica di genere senza differenze retributive”.

Davanti alle nuove e più disparate forme di ristorazione, che talvolta non bastano per evitare una crisi aziendale, Come 'na vorta risponde con l'esaltazione della semplicità e il ritorno al sapere genuino, che insegna a tutti quei clienti che per una manciata di minuti vogliono mettere le mani in pasta, alcuni addirittura per la prima volta. Un'esperienza concreta, gratuita e “instagrammabile”, cioè ideale per un pubblico social che però non vuole minimamente sostituirsi all'assaggio, che resta protagonista indiscusso.

Ed ecco perché le materie prime vengono accuratamente selezionate, dall'acquisto delle olive per la produzione dell'olio, alla scelta dei fornitori locali per alimenti a km zero, fino all'impiego di tecniche di cotture avanzate; il tutto con un occhio al portafoglio, proponendo una media di 25,00 euro a testa per porzioni abbondanti di un antipasto abbinato ad un primo, oppure di un antipasto con un secondo e un dolce in condivisione.

“Per noi un cliente contento vale molto di più di quello che spende molto ma non torna, dobbiamo quindi tenere conto innanzitutto della spesa media per poter fidelizzare la nostra clientela”.

Marcello, insieme al padre Claudio e ai fratelli **Damiano, Massimiliano e Alessandro Bettozzi** ripropongono il format identico per ciascun indirizzo, e a coadiuvarli ci sono 8 supervisori che controllano costantemente l'iter lavorativo dalla cucina alla sala per ridurre il margine di errore.

E non solo pranzo e cena ma anche aperitivo con tagliere composto da crocchette e fonduta di pecorino, supplì alla romana, verdure in pastella, o patate al forno con ketchup alla

amatriciana, in particolare nelle sedi di Milano – capitale indiscussa dell’happy hour – dalle ore 15,00 alle 20,00.