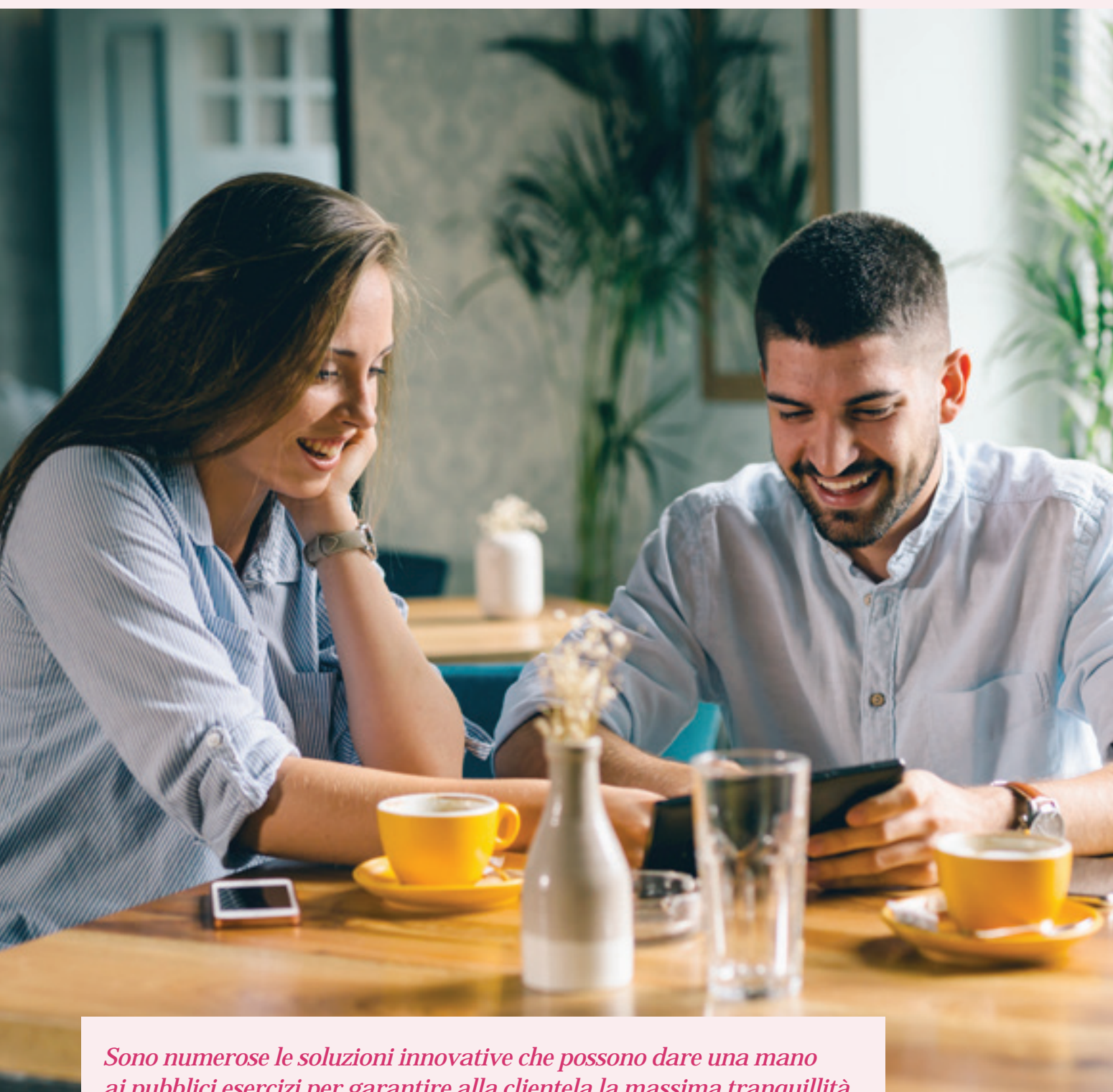


L'ERA DIGITALE AL BAR E AL RISTORANTE

Michela Achilli



Sono numerose le soluzioni innovative che possono dare una mano ai pubblici esercizi per garantire alla clientela la massima tranquillità e sicurezza, sia all'interno del locale sia nel take away e delivery



Italian Restaurant Renovation

Negli ultimi tempi si sono moltiplicate le soluzioni innovative, digitali e non, che possono dare una mano ai pubblici esercizi in questi mesi post pandemia.

Tutte accomunate da un importante obiettivo: rassicurare la clientela sul fatto che può tornare a frequentare bar e ristoranti in sicurezza e che può allo stesso modo gustare serenamente tra le mura domestiche o in ufficio quanto viene proposto in modalità take away o delivery. Eccone qui di seguito una carrellata per ogni diversa esigenza.

RETYLIT PER RIPENSARE IL LAYOUT

Il modo in cui avete riorganizzato la sala del vostro ristorante in seguito all'introduzione delle distanze di sicurezza non vi convince? O si sta dimostrando poco funzionale? Se avete risposto sì a una o a entrambe di queste domande, potreste valutare di ricorrere allo studio di interior design restylit.com, la cui specialità è realizzare progetti di design di interni online. Questa start up, nata nel 2018, ma che si rifà all'esperienza di uno studio di progettazione di ambienti per il mondo dell'hospita-

lity fondato più di sessant'anni fa, metterà a disposizione dell'impresa un interior designer dedicato, che con una cifra compresa tra 15 e 50 euro al metro quadro realizzerà un progetto di ristrutturazione completo e, su richiesta, assisterà anche nella scelta degli arredi più indicati.

DEHORS PIÙ SICURI CON DELIMITA

Dall'esperienza maturata nel settore delle reti protettive per le coltivazioni in pieno campo, la società

comasca Arrigoni ha ideato Delimita, una linea di tessuti tecnici in grado di fare dei dehors degli spazi sicuri per la clientela.

Questo grazie alla capacità di abbattere gli scambi di droplet, vettori di cariche batteriche virali e quindi di potenziali contagi, quando questi tessuti sono montati a doppio strato, formando una camera d'aria su una cornice o su un altro supporto di vostro gusto.

Realizzati in bandella o in monofilo di polietilene ad alta densità e disponibili in diverse colorazioni nella versione extra, i tessuti Delimita possono fungere da separé tra un tavolino e l'altro, pur lasciando passare aria e luce.

Dal costo contenuto (1-2 euro al mq) sono facilmente lavabili con acqua a temperatura inferiore a 40°C, anche con l'aggiunta di sapone neutro, sono sanificabili con prodotti a base alcolica (l'irradiazione solare agisce comunque già da disinfettante naturale) e hanno una durata prolungata nel tempo.

Arrigoni sta al momento ultimando la messa a punto di tessuti tecnici con effetto barriera alle famigerate droplets indicati per interni.



Delimita



Myyour

SOLUZIONI DI DESIGN ED ECOLOGICHE

Forse meno tecnici, ma più glamour, i moduli per il distanziamento fisico per dehors e per aree all'aperto a marchio Myyour appena lanciati dall'azienda padovana Rolling Plast. Li realizza in un materiale plastico di suo brevetto: il Poleasy, uno speciale polietilene che riduce al minimo le microporosità, cosa che rende le superfici resistenti agli agenti atmosferici e facilita la pulizia.

Si va da Frames, alto un metro e mezzo e ancorabile al suolo con piastra autoportante oppure con zavorra, disponibile in versione bian-

ca, beige e grigia, a Nonvaso, alto 90 centimetri e disponibile nei colori bianco o con finitura ossidata nei colori ruggine e rame, eventualmente anche in versione luminosa. Gli spazi vuoti di Nonvaso si possono riempire con piante oppure con pannelli in plexiglass, personalizzabili con loghi e disegni.

DA UN PROGETTO ENEA UN'IDEA PER LE SPIAGGE

È all'insegna dell'economia circolare la soluzione per il distanziamento fisico pensata per gli arenili messa a punto dall'ente di ricerca pubblico Enea in tandem con la società

Ecofibra.

Si tratta di separé ecologici, alti circa 120 centimetri e larghi 200, formati da un'intelaiatura in acciaio che regge fodere in plastica riciclata o in materiali naturali riempite con posidonia oceanica essiccata, una pianta marina che si deposita in grandi quantitativi sugli arenili mediterranei e viene normalmente raccolta e inviata allo smaltimento in discarica con notevoli costi.

LEO DISTANZIA IN MODO TECNOLOGICO

Un aiuto per mantenere il distanziamento fisico, ma questa volta all'interno dei locali e utilizzando strumenti tecnologici, lo dà Leo. Si tratta di un apparecchio da fissare al soffitto ideato da tre aziende: la bolognese Wi4b, la milanese Design Factory e la londinese Twin Advisors&Partners.

Leo contiene un piccolo computer accoppiato a una telecamera e utilizza un sofisticato software intelligente: attraverso il sensore ottico incorporato, scruta quanto avviene sotto di lui, misura la distanza di sicurezza minima tra le persone e, se sono troppo vicine, le avvisa con un segnale acustico.

«Un segnale discreto - spiega a Linea



Leo



Diretta Paolo Toppan, cofondatore di Wi4b - che raggiungerà tutte le persone presenti nel locale in coda alla cassa, in attesa del tavolo, davanti al banco, e che automaticamente farà in modo che tutti si guardino intorno e valutino, spontaneamente, se sono troppo vicine a un altro avventore». Dal costo di 419 euro (prezzo di listino) Leo è rispettoso della privacy: non colleziona infatti alcun dato e non si connette ad alcun dispositivo.

SATISPAY PER CHI FA DELIVERY E TAKE AWAY

Non di solo distanziamento vivono i vostri locali in questi mesi. L'esigenza di fatturare è imprescindibile. E diverse piattaforme, app e web app si sono evolute per venire incontro ai nuovi modi di intendere l'ospitalità. È così che Satispay - la piattaforma di mobile payment che può essere utilizzata da chiunque sia titolare di un conto corrente bancario (prescindendo quindi da carte di credito e di debito) e che è accettata da oltre 100.000 esercenti in Italia e utilizzata da 950.000 utenti - ha arricchito la versione business della propria app con l'opzione "Consegna e Ritiro". Aderendovi e specificando a Satispay Italia quale dei servizi offri-

tamente visibile agli utenti dell'app nella lista delle attività commerciali e di ristorazione contrassegnate con le due categorie speciali "Consegna a domicilio" e "Prenota e ritira". Se ad aprile e maggio scorso questo servizio aggiuntivo è stato offerto da Satispay gratuitamente, da giugno è a pagamento.

DISHCOVERY ATTIVA NUOVI SERVIZI

Se la globalizzazione aveva già reso evidente l'utilità di disporre di un menù digitalizzato, l'emergenza Covid-19 l'ha reso un servizio

imprescindibile in quanto atto ad abbattere il rischio contagio, oltre che per l'insostenibilità economica di stampare eleganti menù monouso.

“Sono tante le piattaforme che si sono evolute per venire incontro ai nuovi modi di intendere l'ospitalità. Satispay, per esempio, ha arricchito la versione business della propria app con l'opzione Consegna e Ritiro”

L'implementazione di questo servizio e le sue funzionalità sono però le più varie. Dishcovery, web-app nata nel 2018 come servizio di traduzione dei menù in diverse lingue straniere, ha implementato nuove funzionalità per gestire il servizio di food delivery ora in piena espansione. «Fin dalla nostra nascita - racconta a Linea Diretta Marco Simonini, cofon-



datore di Dishcovery - ci siamo distinti sul mercato per la qualità e l'accuratezza del nostro servizio di traduzione, effettuata da interpreti professionisti che, tramite un nostro gestionale, rendiamo leggibile inquadrando un QRcode con smartphone o tablet o cliccando su un link con un device digitale. Quando però l'emergenza Coronavirus ha bloccato il turismo, l'esigenza di traduzione è passata in secondo piano. Abbiamo così pensato di arricchire il nostro prodotto con nuove funzionalità incentrate sul menù digitale in versione italiana.

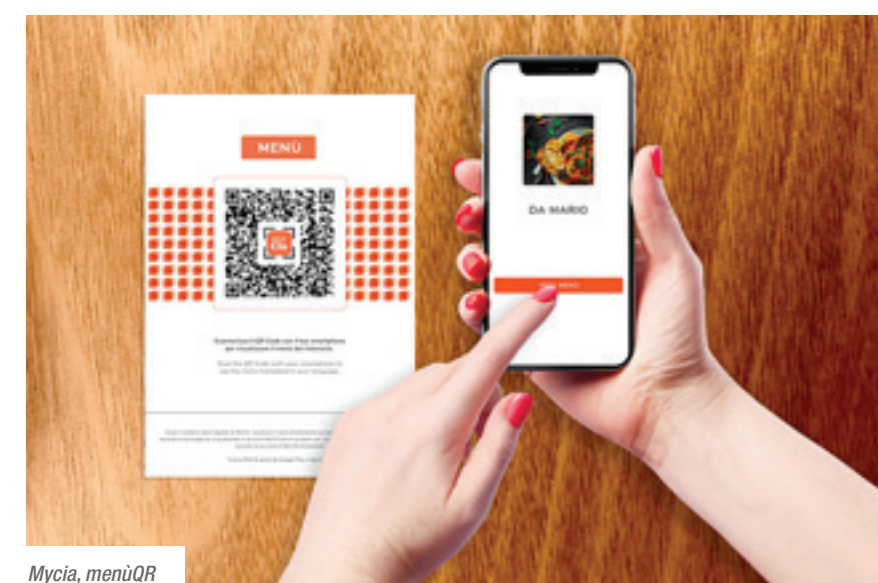
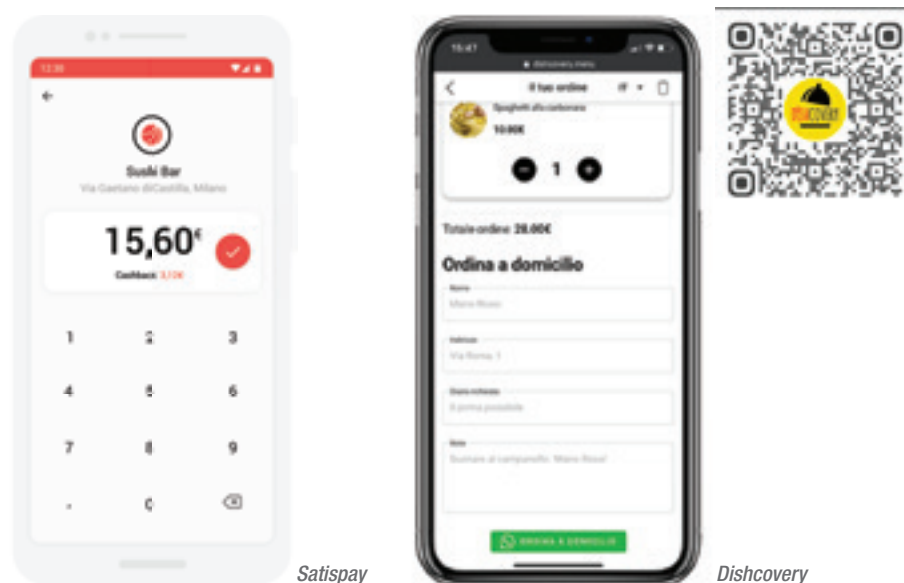
Innanzitutto, abbiamo introdotto la modalità di raccolta degli ordini per la consegna a domicilio via whatsapp, mail o chiamata telefonica. Abbiamo poi dato la possibilità al ristorante di duplicare il menù digitale e di averne uno consultabile tramite QRcode in sala e uno diverso sempre visibile con apposito QRcode o link per il delivery. Abbiamo infine dato all'operatore horeca la possibilità di ricevere i pagamenti tramite PayPal, Satispay o carte di credito, oltre che alla consegna». In considerazione delle particolari condizioni che si sono venute a

creare nel settore horeca, Dishcovery ha azzerato per tutto il 2020 il costo di attivazione del servizio (pari a 189 euro più Iva). Nell'arco di due-tre giorni l'app realizza la presentazione grafica del menù digitale a partire dalle informazioni ricevute dal ristorante, il quale avrà in seguito la possibilità di apportare autonomamente le modifiche che si renderanno necessarie. L'utilizzo del menù digitale è gratuito per il primo mese (di prova), e ha poi un costo mensile di 18 euro più Iva, salvo la

possibilità per il ristoratore di disdire o sospendere temporaneamente il servizio, senza penalizzazioni. Restano invariati i costi di traduzione (se richiesta) dei menù nelle diverse lingue a prezzi variabili di 69, 99 o 119 euro più Iva per ogni mille parole (la lunghezza media di una carta è di 600 parole) in funzione della difficoltà di reperimento di traduttori madrelingua che conoscano bene l'italiano.

CON L'APP MYCIA PRENOTAZIONI E CONSEGNA

Anche MyCia, l'app che consente al consumatore finale di individuare il locale che offre i piatti più in linea con i propri gusti (per farla funzionare l'utente dovrà compilare una sorta di carta d'identità alimentare) si è evoluta «per ridurre a zero il rischio di contagio, digitalizzando tutti quei processi che fino a ieri erano fisici e che non potranno più esserlo» - spiega Pietro Ruffoni, fondatore di Healty Food, la società ideatrice di MyCia. Da metà aprile scorso l'app dispone del pacchetto aggiuntivo di servizi My Contactless Menu, che manda in soffitta il vecchio menù cartaceo,

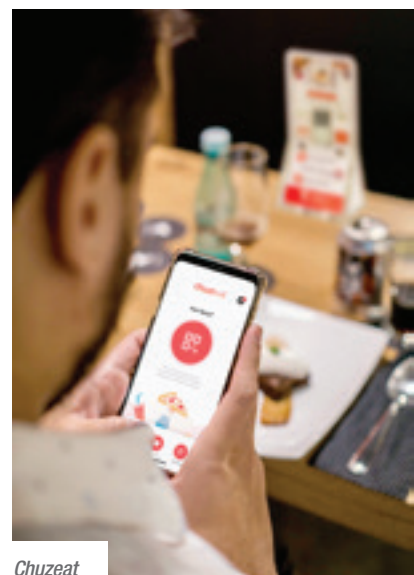


impossibile da igienizzare, e consente al ristoratore di caricare sulla piattaforma della app il suo menù digitale, corredato da foto, indicazioni dei valori nutrizionali e degli eventuali allergeni. Tutte informazioni che l'app traduce automaticamente e in maniera istantanea in 60 lingue (la lingua appropriata apparirà sullo schermo dello smartphone dell'utente in funzione della lingua preimpostata sul device).

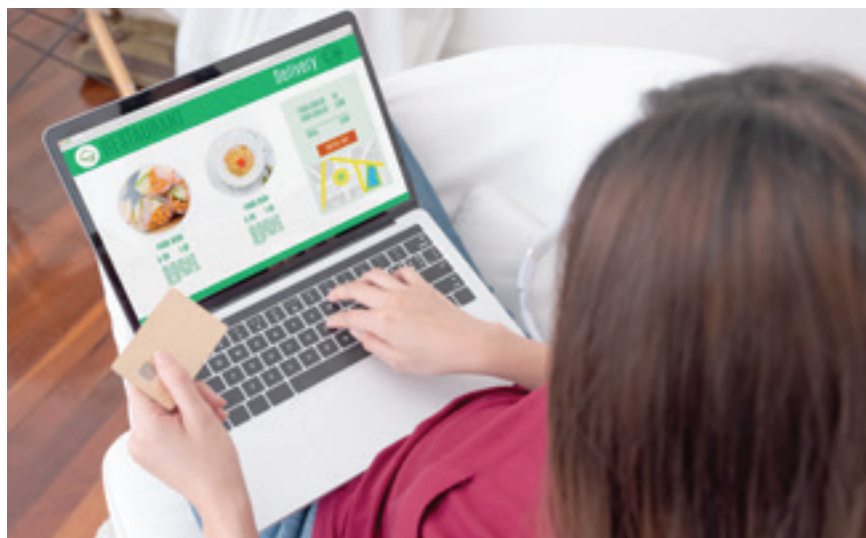
Il cliente finale può dunque visionare il menù digitale attraverso la semplice scansione via smartphone del QRCode assegnato dall'app, che il ristoratore posizionerà sui tavoli del proprio locale.

Il menù digitale, aggiornabile in tempo reale in piena autonomia da parte del ristoratore, è poi facilmente condivisibile attraverso qualsiasi servizio di messaggistica, grazie al fatto che, oltre che abbinato a un QRCode, lo sarà anche a un link.

Tra i servizi ulteriori di My Contactless Menu figura anche la possibilità di prenotare online un tavolo direttamente dall'app con il doppio vantaggio: per il ristoratore, di organizzare gli ingressi in modo scagionato, senza ricorrere a un gestionale



Chuzeat



ad hoc e, per i clienti, della garanzia di un appuntamento certo e confermato, che riduce i tempi d'attesa. Inoltre, l'applicazione dà la possibilità di abilitare i pagamenti contactless tramite il bottone Order & Pay by Phone.

CHUZEAT MIGLIORA LA GESTIONE DELLA SALA

Diversamente da DishCovert e MyCia, l'app Chuzeat, crasi di choose (scegli) e di eat (mangia) è tuttora focalizzata sul potenziamento dei vantaggi che la digitalizzazione del menù offre al ristoratore e ai suoi clienti seduti in sala o nel dehors. Seppure il team di ricerca di Foodea Lab, società campana con uffici operativi nel lodigiano promotrice dei Chuzeat, non escluda di sviluppare in futuro una nuova funzionalità per gestire il servizio di take away e stia già lavorando a varianti della app adatte agli stabilimenti balneari. È vero che nella versione per il pubblico, l'app Chuzeat ha dei punti in comune con la concorrente MyCia. Consente infatti al singolo di memorizzare le proprie preferenze alimentari, eventuali allergie e restrizioni dietetiche, cosa che semplifica e velocizza la navigazione nella lista

che sta consultando. Le similitudini si fermano però qui.

“L'app Chuzeat è focalizzata sul potenziamento dei vantaggi che la digitalizzazione del menù offre al ristoratore e ai suoi clienti seduti in sala o nel dehors”

Foodea Lab, infatti, ha lavorato molto sulla protezione dei menù digitali da un uso improprio. I QRCode dinamici per i quali ha depositato domanda di brevetto e che sono generati dal Quid, il segnatavolo digitale che il ristoratore posizionerà nel suo locale, hanno infatti validità limitata nel tempo e identificano il tavolo da cui sono generati. Ciò fa sì che il menù digitale non sia leggibile da remoto o a distanza di tempo da parte di qualche burlone o invidioso che si diverta a inviare ordini fantasma alla cucina del locale. Ordini per i quali nessuno salderà il conto. Proprio per questo l'app Chuzeat non consente



l'ordine per la consegna a domicilio, ma soltanto la consumazione in sala o dehors.

Un'altra particolarità dell'app Chuzeat è poi che permette agli avventori di ogni tavolo di vedere cosa stanno ordinando gli altri commensali e anche, eventualmente, di far scegliere cosa ordinare a un amico o collega ritardatario in procinto di arrivare ma non ancora fisicamente presente nel locale, e di finalizzare tutti insieme la comanda, che giungerà in cucina come un ordine unitario, esattamente come l'avrebbe raccolto un cameriere in carne e ossa.

Sempre tramite l'app Chuzeat il cliente potrà pagare il conto tramite PayPal o con carte di credito e relazionarsi con il ristoratore per esprimere valutazioni sull'esperienza, avanzare rimostranze e ottenere eventuali futuri sconti riparatori.

Relativamente contenuti, per il ristoratore, i costi per l'utilizzo della app, del tutto gratuita invece per i consumatori finali. Foodea Lab ha previsto

un sistema pay per use. Il ristoratore pagherà insomma pochi cent di euro a coperto. La tariffa fissa sarà commisurata allo scontrino medio del locale. Sarà dunque più elevata nei ristoranti e più contenuta nei bar. L'azienda prevede inoltre anche una scontistica per gli heavy user.

REPUP AIUTA A CURARE L'IMMAGINE

Se già prima dell'emergenza Coronavirus vi pesava rispondere alle recensioni dei clienti, soprattutto a quelle negative, perché c'era sempre qualcosa di più urgente da fare, figuriamoci ora che dovete supervisionare anche il lavoro del take away o del delivery, oltre a quello in sala e in cucina. Ma non temete. In vostro soccorso può venire RepUp, start up innovativa nata nel 2018 per iniziativa di DeHive e Dynamo all'interno dell'incubatore Seed Money.

Ideata da cinque professionisti del settore della comunicazione e delle pubbliche relazioni con un'esperienza ventennale, si avvale di collaboratori appositamente formati che si occuperanno per vostro conto di rispondere ai commenti che i clienti



dovessero postare sulle principali piattaforme di recensioni online come TripAdvisor, Google e TheFork. RepUp può inoltre analizzare la vostra reputazione complessiva come locale, studiandone le performance sulle varie piattaforme online e facendo un incrocio intelligente dei risultati.

«Negli ultimi quindici anni – spiega Salvatore Viola, cofondatore, ceo e business developer di RepUp – abbiamo analizzato migliaia di recensioni di ristoranti, bar, gelaterie e pizzerie sui portali più conosciuti e, in particolare, abbiamo studiato cosa contribuisce a far aumentare o abbassare il loro rating. Rating che ha provati effetti sulle performance economiche del locale. Può essere il ritardo nella risposta del titolare al commento di un cliente, la mancanza di interazione, il tono sbagliato, e così via. Abbiamo quindi messo a punto dei protocolli che i nostri operatori seguono scrupolosamente per fornire risposte one-to-many nell'arco delle 24 ore e in grado di generare il massimo risultato».

Di che risultati parla Viola? Del fatto che una recensione negativa può far perdere a un locale 30 potenziali clienti, come emerge da una ricerca di Convergys, multinaziona-





le specializzata nel customer care attraverso contact center. Ma una risposta appropriata e tempestiva a quella recensione negativa può farne recuperare 28.

“A stimolare la voglia di tornare a frequentare bar e ristoranti dopo l'emergenza, ci aveva pensato, in pieno lockdown, la società Grey con il voucher Dinnerbond, basato sul meccanismo del pago oggi beneficio domani, che oggi propone anche nuovi servizi”

«È una conclusione – assicura Viola – cui siamo giunti incrociando i dati di uno studio condotto da Tripadvisor e informazioni in nostro possesso».

I costi del servizio offerto da RepUp variano a seconda di quanto le si chiede di fare. Con 29,90 euro al mese RepUp risponderà alle recen-

sioni negative, con 49,90 euro anche a quelle positive e con 99,90 si impegna a rispondere anche in inglese adoperando tecniche di Search Engine Optimization all'interno delle risposte, per potenziare l'indicizzazione sui motori di ricerca.

DINNERBOND CRESCE E FA IL BIS CON LOVEBOND

A stimolare la voglia di tornare a frequentare bar e ristoranti dopo l'emergenza, in piena fase di lockdown, ci aveva pensato il portale Dinnerbond, ideato dalla società milanese Grey e basato sul meccanismo del pago oggi beneficio domani. La piattaforma proponeva infatti



l'acquisto, a un prezzo scontato, di una cena in un ristorante di livello medio-alto e alto, per goderne alla riapertura. Ebbene, anche adesso che i ristoranti sono aperti, Dinnerbond non va in vacanza, ma continua a operare.

«Se durante il periodo di chiusura dei locali – spiega a Linea Diretta Massimo Giannuzzi, promotore di Dinnerbond insieme a Micaela Marcialis, Maurizio Rosazza Prin e Paolo Colapietro – spingere gli utenti ad acquistare una cena era una motivazione “sentimentale”, ossia dare una mano al ristorante del cuore in un momento di difficoltà, oggi i nostri fruitori continuano a farlo spinti dal desiderio di fare un regalo a partner, ad amici e conoscenti o di godere in prima persona di un servizio a tariffe vantaggiose. La nostra politica non è comunque incentrata esclusivamente sul prezzo scontato, come accade per altre piattaforme di couponing. Per noi la priorità è garantire la sicurezza e il servizio a chi acquista i dinnerbond».

In previsione della riapertura delle strutture ricettive, Grey lo scorso



maggio ha lanciato anche la nuova piattaforma Lovebond che consente di usufruire a prezzi competitivi di

servizi alberghieri e di leisure presso strutture selezionate, ancora una volta di livello medio, medio-alto e alto, quali alberghi da 4 stelle in su, centri benessere, spa, centri termali, agriturismi di lusso.

Su entrambe le piattaforme Grey

trattiene per sé una piccola percentuale, che di fatto copre poco più delle commissioni delle carte di credito, addebitata al ristoratore gestore di struttura ricettiva, e un'altra piccola commissione a carico di chi fruirà del servizio.

SOLUZIONI AD HOC PER IL FUORI CASA

1. Restylit.com

Studio di riprogettazione d'interni on line e di interior design in funzione delle nuove esigenze di spazi e distanziamenti.

2. Delimita

Innovativo tessuto tecnico della società Arrigoni in grado di abbattere gli scambi di droplets, utile per delimitare gli spazi dei dehors.

3. Myyour

Divisori personalizzabili degli spazi dei dehors in uno speciale materiale plastico della Rolling Plast.

4. Separé green

Separé modulari per arenili imbottiti di posidonia essiccata progettati da Enea ed Ecofibra.

5. Leo

Sistema digitale che allerta con segnale acustico il mancato rispetto del distanziamento fisico delle persone negli spazi chiusi, ideato da Wi4b, Design Factory e Twin Advisors&Partners.

6. Satsipay Consegna e ritiro

Nuova funzionalità della piattaforma di mobile payment che evidenzia i locali che fanno servizio di food delivery o di take away.

7. DishCovery

La web app, nata per generare menù digitali leggibili tramite QRCode, amplia le funzionalità per supportare il servizio di food delivery e i pagamenti mobile tramite PayPal, Satsipay e carte di credito.

8. My Contactless Menu

Nuova funzionalità dell'app MyCia di Healty Food per la generazione di menù digitali leggibili tramite QRCode, che consente anche di prenotare un tavolo nel locale o di richiedere la consegna a domicilio e di pagare in modalità digitale.

9. Chuzeat

L'app di Foodea Lab consente di generare menù digitali leggibili soltanto all'interno del locale e per un breve lasso di tempo, tramite Quid ossia QRCode dinamici che proteggono l'operatore dall'uso fraudolento dei QRCode stessi.

L'app permette ai commensali del medesimo tavolo di inviare un unico ordine alla cucina, ottimizzando il lavoro, anche in modalità digitale.

10. RepUp

Start up italiana che cura la reputazione digitale delle attività di somministrazione rispondendo entro 24 ore e per conto dell'operatore alle recensioni negative (ma anche positive) dei loro clienti.

11. Dinnerbond e Lovebond

Voucher emessi dalla società Grey per godere in prima persona (o per regalare ad amici e conoscenti) di pasti in ristoranti o di soggiorni presso strutture ricettive di livello medio e medio-alto.

Il tutto in sicurezza e a tariffe competitive.