



Le stelle Michelin illuminano gli hotel

Per certi ristoranti vale la pena fare un viaggio, altri meritano una deviazione, alcuni “solamente” la tappa!. Sono le indicazioni classiche che contribuiscono a definire la qualità dei ristoranti variamente stellati Michelin nei quali è possibile godere di un’esperienza gastronomica di elevata qualità. Quando però questi “giudizi” sono associati al ristorante di un hotel il valore è ancora maggiore, perché contribuiscono a rendere un intero soggiorno (breve o lungo che sia) più gustoso e piacevole.

Mettere insieme alta qualità alberghiera ed eccellenza gastronomica è oggi uno dei nuovi doveri del turismo in Italia. Fino a qualche anno fa pochissimi ospiti avrebbero pensato di rimanere a mangiare in albergo, se non ingabbiati nella formula di pensione (mezza o completa). Ancora meno ci sarebbero andati di proposito convinti di mangiare in maniera eccellente.

Oggi invece proporre una ristorazione di alto livello all’interno di un albergo è sempre più opportuno e “normale”. Lo dimostrano anche i numeri della Guida Michelin 2018 che ha premiato ben 101 ristoranti d’albergo con le sue stelle. Un dato incredibile visto che nel 2017 erano 84 e sembravano già molti. Un’incredibile crescita percentuale, anno su anno +20%, che racconta una “rivoluzione” epocale, economica e culturale, che sta spingendo sempre più alberghi, sia indipendenti che di catena (Mandarin Oriental ha ben 14 ristoranti stellati in giro per il mondo per un totale di 21 stelle Michelin), ad investire in maniera decisa sulla propria offerta gastronomica, ormai definitivamente considerata un asset strategico, non solo in fatto di promozione e comunicazione ma anche di commercializzazione.

Il percorso di svecchiamento della ristorazione alberghiera italiana è

intrapreso, favorito dalla crescente popolarità degli chef e dall’attenzione del pubblico per la qualità in tavola. E non si tratta più di un fenomeno che riguarda unicamente gli alberghi metropolitani o i grandi alberghi di vacanza, volti ad investire nella ristorazione puntando ad un futuro culinario stellato. Ad essere coinvolte sono anche strutture ricettive più piccole, talvolta a gestione familiare, che hanno metabolizzato il cambiamento e adesso lo interpretano, proponendo una cucina di qualità, genuina e alla carta, in un’ottica meno alber-

ghiera e con un servizio più professionale e personalizzato.

Il tentativo degli albergatori è quello di rendere più produttivo il ristorante, spesso al di sotto tanto delle aspettative economiche dei gestori quanto gastronomiche degli ospiti. Per raggiungere questo obiettivo, qualora non ci siano le possibilità e i tempi per “far crescere in casa” uno chef stellato attraverso un percorso più lungo e lento, un numero sempre maggiore di alberghi, soprattutto a 5 stelle, hanno deciso di bruciare le tappe e affidarsi a nomi di prestigio. Chef già celebri che



possono fare la differenza e far dimenticare quel pregiudizio per cui in albergo non si mangia mai a meno che non si sia costretti... o si sia da soli. È grazie dunque al lavoro degli chef e della cucina se sempre più spesso anche persone residenti della stessa città varcano la soglia degli alberghi per fare un'esperienza gastronomica insieme agli stessi ospiti dell'hotel.

Stanno cambiando non solo le percezioni ma anche e soprattutto le abitudini e il risultato è la progressiva de-alberghizzazione del ristorante dell'hotel. E non c'è bisogno di chiamare in causa Heinz Beck, unico tre stelle Michelin della Capitale (all'interno di un albergo per di più), premiato quest'anno proprio

da Master Meeting con il Premio Excellent. A Roma, come a Milano, Firenze e Venezia, i grandi alberghi, ormai, non possono fare a meno di essere dotati di un ristorante stellato. E' nata una sinergia virtuosa tra gli albergatori e gli chef, che in questa collaborazione hanno trovato reciproca soddisfazione, dove i primi condividono il rischio imprenditoriale di un ristorante con i secondi, i quali, a loro volta, si alleggeriscono delle odiate questioni amministrative e gestionali. O, addirittura, grazie all'opportunità di essere ospitati in un albergo, non devono neppure reperire le risorse per aprire un ristorante partendo da zero.

La presenza della ristorazione stellata permette realmente all'hotel di

distinguersi sul mercato offrendo una proposta gastronomica originale che contribuisce, grazie alla reputazione dello chef, ad attrarre un numero crescente di ospiti (alloggiati e non). Per lo chef stellato che, in questi contesti, è anche responsabile food&beverage della struttura le cose però non si limitano al servizio del pranzo e della cena. Ha la responsabilità di proporre e gestire un'idea culinaria di qualità che va dalla colazione al cioccolatino della buonanotte: non solo il ristorante quindi, ma un'offerta food a 360 gradi che possa trasmettere emozioni agli ospiti in ogni momento secondo una precisa filosofia, condivisa tra proprietà, management e staff di cucina. ■



The Michelin stars illuminate the hotels

by Stefano Bonini

Some restaurants are worth a trip, some deserve a change of course, some “just” a stop! These are the classical indications that help defining the quality of the restaurants starred by Michelin, where it is possible to enjoy a top quality gastronomic experience. However, when these “opinions” are given to the restaurant of a hotel the value is even bigger, because they help to make tastier and more pleasant the entire stay (no matter how short or long it may be).

Putting together top quality hotel and gastronomic excellence is one of the new must of Italian tourism. Until a few years ago, only a few guests would have thought to stay in the hotel to eat, if they weren't forced into the half or the full board. Even less they would have chose an hotel with the idea of eating excellent food.

Indeed, nowadays, it is always more advisable and “normal” to propose top level restaurants inside hotels. This is confirmed by the 2018 Michelin Guide that awarded with its stars 101 hotel restaurants. This is incredible since they were 84 in 2017 and they seemed a lot already. An incredible per cent growth, +20% year after year, that tells a historical, economic and cultural “revolution”: both independent hotels and hotels of chains (Mandarin Oriental has 14 star restaurants

all around the world for a total of 21 Michelin stars) invest always more strongly on their gastronomic offer, definitely considered a strategic asset, not only for better promotion and communication but also for marketing.

The path to the renewal of the Italian hotel restaurants has begun, helped by the growing popularity of chefs and by the growth of the public attention for quality on the table. This phenomenon doesn't concern only the hotels of big cities

or the big holiday hotels, willing to invest in restaurants aiming to a starry restaurant future. It also involves smaller receptive facilities, sometimes family run, who accepted the change and who are now interpreting it, proposing a quality, genuine and a la carte menu, in a less hotelier way and with a more professional and more customized service.

Hotel owners' goal is to make the restaurant more productive, often under the economic expectations

So, it is thanks to the chefs' work and to the work of the kitchen, if always more locals walk through the door of hotels to have a gastronomic experience together with the guests of the hotel.

Not only the awareness is changing, but also, and mostly, the habits and the outcome is a completely new approach to hotel restaurants (de-alberghizzazione).

And there is no need to mention Heinz Beck, the only three Michelin stars of the Capital (inside a hotel, not less), awarded this year right by Master Meeting with the Excellent Award. In Rome, as well as in Milan, Florence and Venice, the biggest hotels can not be without a star restaurant. A virtuous synergy has started between hotel runners and chefs, who in this cooperation found mutual satisfaction, where the first share the business risk of a restaurant with the second, who alleviate his/her administrative and managing issues. Or, even, thanking to the chance to be hosted in an hotel, must not find the resources to open a restaurant from nothing.

The presence of star restaurants allows the hotel to really distinguish itself on the market, offering an original gastronomic offer that contributes, thanks to the chefs reputation, to lure a growing number of guests (staying for the night or not). In these



of the runners as well as under the guests' gastronomic expectations. To reach this goal, if there is no possibility or time to “make grow” a star chef “in house” (a long and slow path), an always bigger number of hotels, mostly 5 stars ones, decide to skip steps and entrust their kitchens to prestigious names. Chefs, who are popular already, can make the difference and they can make forget that prejudice that says: people eat in hotels only if they are forced... or alone.

places, the star chef is also in charge of food&beverage of the facility, he/she isn't only in charge of lunch and dinner. He/she works to propose and to manage a top quality gastronomy that goes from breakfast to the goodnight chocolate: so not only the restaurant, but a 360 degrees food offer that may transmit emotions to the guests at any moment in accordance to a definite philosophy, shared among the owners, the management and the kitchen staff. ■