

# L'aperitivo è servito con cultura

Letture di libri, proiezione di cortometraggi, conversazioni in lingua: sono alcune delle idee sperimentate per i locali che vogliono proporre ai clienti serate fuori dagli schemi. Guadagnandoci in immagine

di Andrea Mongilardi

**C**onquistare nuovi clienti, soprattutto di questi tempi, è obiettivo che fa gola a molti. Organizzare eventi è un modo per provarci. Chi è bravo e fantasioso, preferisce inventarseli. Un'altra strada, peraltro a costi contenuti, è di inserirsi in circuiti già collaudati (ma magari non ancora sbarcati nella vostra città). Il vantaggio è duplice: far tesoro delle buone esperienze altrui e avere un referente che può dare una mano sia nell'organizzazione dell'evento sia, ed è forse la cosa più interessante, sul fronte della comunicazione.

Quello degli aperitivi culturali è un filone che negli ultimi anni ha dimostrato una certa vitalità. Dimenticatevi numeri da stadio e code fuori dal locale: si tratta di eventi perlopiù di nicchia, capaci però di attirare qualche decina di clienti, spesso mai entrati nel vostro locale, e di dare senso a serate dove l'afflusso della clientela tradizionale è scarso.

in evidenza

## OPPORTUNITÀ

Organizzare aperitivi culturali offre ai locali la possibilità di ravvivare una serata in cui l'afflusso è scarso e di catturare nuovi utenti. Se l'iniziativa viene ripetuta nel tempo e diventa un appuntamento fisso, spesso crea un giro di habitué.

## MARKETING

Pur non attirando folle oceaniche (anzi), queste iniziative in genere garantiscono ai locali che le ospitano una grande visibilità sulla stampa locale. Con un indubbio ritorno di immagine per l'attività.



Sopra, il Rione XX Caffè a Roma, quartiere Testaccio, tra i protagonisti dell'edizione 2008 di "Leggevamo quattro libri al bar". A destra, una delle serate di Aperitivocort, rassegna itinerante di cortometraggi.

Certo, molti di loro si affezzeranno più alla formula che al locale. Ma, dando all'iniziativa una certa continuità, il locale - almeno per quel target - finirà per essere identificato con la formula e quindi "adottato". Con un vantaggio aggiuntivo: che spesso i locali che ospitano queste serate riescono a ottenere, più di altri, l'attenzione dei giornali locali. Non è poco, specie per un bar di provincia o per uno tra i mille locali di una grande città.

## Scrittori, attori e semplici clienti

Una delle iniziative, nata e pensata per i bar, di cui si è parlato molto è "Leggevamo quattro libri al bar". Ideata nel 2007 da Bruno Contigiani, teorizzatore della filosofia del "vivere con lentezza", si sta diffondendo per contagio. La terza edizione, in programma dal 22 al 30 settembre («per dare ai gestori dei locali l'opportunità di scegliere la sera che preferiscono»), ha già raccolto molte più delle 50 adesioni dell'anno scorso. «Il nostro obiettivo - spiega Contigiani - è di rilanciare i bar come luoghi di una socializzazione che oggi



per le persone è sempre più problematica. Da qui l'invito a leggere un libro ad alta voce». Man mano che l'iniziativa si diffonde, fioccano idee e iniziative: quest'anno ci saranno letture fatte dagli stessi scrittori o da attori, o ancora vere e proprie performance. A chi ce lo chiede, possiamo dare consigli su come organizzare la serata ed eventualmente aiutare a contattare scrittori e autori emergenti».

C'è anche chi, come il Caffè De' Cherubini di Milano, dopo l'edizione del 2008 ha deciso di trasformare una serata ben riuscita in un appuntamento fisso, organizzando un ciclo di incontri con letture di libri di psicologia.