

Emanuele Secco

COME SI RICONOSCE UN FUFFA-GURU DELLA RISTORAZIONE?

Sette punti e qualche spunto per non cascarci



SOMMARIO

INTRODUZIONE

PERCHÉ QUESTA GUIDA?	4
CHI È IL FUFFA-GURU?	6
COS'È IL MARKETING A RISPOSTA DIRETTA?	9

1. COME SI RICONOSCE UN FUFFA-GURU

1.1 IL SITO WEB	12
1.2 IL BISOGNO	14
1.3 LA DELUSIONE	15
1.4 LA SOLUZIONE	16
1.5 LA PERSONALIZZAZIONE	18
1.6 IL PRINCIPIO DI AUTORITÀ	19
1.7 SCARSITÀ, ESCLUSIVITÀ, URGENZA	20
IN BREVE	21

2. COSA FA DAVVERO IL FUFFA-GURU DELLA RISTORAZIONE?

2.1 ACQUISIRE CLIENTI? OFFERTE TUTTO L'ANNO	23
2.1.A PREZZACCI	24
2.1.B OFFERTA CONTINUA	26
2.1.C I CLIENTI	26
2.2 PARLIAMO DI COMUNICAZIONE	27

CONCLUSIONE	34
-------------	----

NOTE	37
------	----



INTRODUZIONE



PERCHÉ QUESTA GUIDA?

PRIMA DI LASCIARTI sfogliare questa guida, permettimi di essere chiaro: **non voglio danneggiare o sminuire nessuno.** È una precisazione doverosa perché so benissimo su quali tasti andrebbero a calcare i fuffa-guru che si sentissero punti da queste pagine (se mai dovessero sfogliarle).

Non sono invidioso del loro lavoro.

Non sono invidioso del loro “successo”.

Non provo alcun livore nei loro confronti.

Come si riconosce un fuffa-guru della ristorazione? ha un solo obiettivo: **presentarti la realtà dei fatti**, perché purtroppo il mondo della comunicazione e del marketing in generale è pieno di promesse vacue, personaggi appariscenti e fiumi di parole inutili come il boicottaggio della panna nella cucina italiana.

Se è vero che le parole lasciano il tempo che trovano, i danni monetari e di reputazione rimangono. Perché possiamo anche fare finta che non sia così, ma **su Internet si scrive con l'inchiostro indelebile.**

PERCHÉ QUESTA GUIDA?

Per questo motivo ho censurato i nomi presenti negli screenshot. Non tanto per tutelare i fuffa-guru di turno, ma per non danneggiare i ristoratori che hanno scelto i loro “metodi scientifici dai risultati garantiti”. Quindi, qui troverai solo una **raccolta di punti in comune e riflessioni utili** per stare alla larga dai personaggi che ogni giorno ti promettono di dare una svolta miracolosa alla tua attività (qualsiasi essa sia).

Qui troverai solo **fatti e osservazioni oggettive**. Le interpretazioni non mi interessano.

Io sto dalla parte dell'autenticità, principio su cui ho basato Punk Food Copy. E questo è tutto ciò che conta.

We are not your kind
Emanuele

CHI È IL FUFFA-GURU?

In principio era Wanna Marchi, ed ella vide che il “marketing a risposta diretta” era buono

DIO DEL MINDSET, faraone del marketing piramidale, mentor della vita, santone delle tisane dimagranti e degli *scioglipancia*, le origini del fuffa-guru si perdono nel mito.

La sezione Neologismi dell’Enciclopedia Treccani lo definisce così:

«‘fuffa-guru’ (fuffaguru, Fuffaguru, fuffa guru), s. m. e f. inv.

1. Chi, sfruttando tecniche da imbonitore, organizza e gestisce a scopo di lucro e in modo truffaldino corsi, video, seminari in rete nei quali si pubblicizzano modi facili per fare soldi.
2. Per estensione, esperto, esperta di una certa disciplina che, senza titoli dichiarati o riconoscibili, diffonde idee e interpretazioni, influenzando le comunità che frequentano la rete.»¹

In breve **un fuffa-guru è un (tele)venditore** che, oltre a volerti abbindolare con **prodotti che non rispetteranno mai le aspettative** (e lui sa benissimo che è così), ti convince a tal punto da **diventare suo apostolo**.

¹ [https://www.treccani.it/vocabolario/neo-fuffa-guru_\(Neologismi\)/](https://www.treccani.it/vocabolario/neo-fuffa-guru_(Neologismi)/)

Questo perché il fuffa-guru veicola la vendita del prodotto con modalità precise:

- comprende i tuoi bisogni;
- promette una soluzione facile, veloce e definitiva;
- dice di voler condividere con te il suo metodo testato in anni di esperienza.

E di solito lo fa con un'immagine standardizzata:

- cura nel vestire;
- dettagli che attirano l'attenzione come occhiali da sole appariscenti, acconciature particolari, difetti di pronuncia estremizzati, sigarette elettroniche o riscaldatori di tabacco sempre in mano;
- video *catchy* e *trendy*;
- linguaggio estremamente colloquiale e, a tratti, sboccato.

Peccato che, ascoltando con attenzione il fumo che spaccia per arrosto, non si può fare a meno di concludere che **l'obiettivo della sua comunicazione** non è certo risolvere il tuo problema ma **mettere al centro sé stesso** e le sue capacità. A lui interessa vendere il suo prodotto, poco importa che per farlo debba arrivare al punto di plagiarti.

Attenzione, però!

Se negli ultimi anni questa figura è sempre stata accostabile a tizi in giacca e cravatta dotati di un'incredibile dose di comicità involontaria che vendono il corso miracoloso capace di svoltarti la vita, ora le cose sono cambiate.

Alla larga mindset, blockchain, investimenti immobiliari, e-commerce, criptovalute e marketing piramidale! I suoi nuovi argomenti sono menù degustazione, riempire i tavoli durante la settimana, aumentare il fatturato e generare flussi di prenotazioni prevedibili.

L'avrai capito anche tu: **ora il suo obiettivo sono i ristoratori.**

Questa guida nasce da qui, perché ho visto e continuo a vedere troppi ristoratori che cascano nella trappola del marketing a risposta diretta per la ristorazione; e scommetto che questa espressione non ti suona nuova.

Prima di passare agli elementi che possono permetterti di riconoscere un fuffa-guru, e quindi di rifiutare le sue *avances*, è bene capire cos'è il marketing a risposta diretta.

COS'È IL MARKETING A RISPOSTA DIRETTA?

Definizione struca-struca

CONOSCIUTO ANCHE COME marketing diretto o *direct marketing*, il marketing a risposta diretta è un **insieme di tecniche** che permette a un'azienda di **comunicare direttamente a un potenziale cliente** ben specifico così da acquisirlo, tenerlo stretto e misurare le sue risposte.

Per farlo, i passi sono questi:

- si identifica il cliente tipo (target);
- gli si invia un'offerta che comporti un'azione semplice e immediata;
- se risponde, lo si acquisisce;
- si registra il suo grado di apprezzamento;
- lo si invita a tornare con offerte il più personalizzate possibile.

Se la definizione ti appare come una rivelazione biblica, sappi che ce l'hai sotto gli occhi tutti i giorni (e non solo in questi ultimi anni):

- **vendita diretta** – i venditori che ti suonano il campanello o che ti agguantano durante le fiere di settore;
- **televendita** – Wanna Marchi, il Baffo, Giorgio Mastrota, i sistemi di riposo (letti) promossi da Alessandro Greco, Chef Tony e i

suoi Miracle Blade;

- **telemarketing** – il telefono che squilla per colpa dell'ennesimo call center;
- **eSampling** – i campioni gratuiti che ti fai spedire a casa pensando che l'azienda sia tanto magnanima;
- **e-mail marketing** – sondaggi o offerte dedicate che ti intasano la casella di posta;
- i **riquadri pubblicitari** che rispecchiano le tue ultime ricerche su Google o Amazon e che ti impediscono di leggere l'ultimo articolo su *Il mortadellaro felice online*;
- i **post sponsorizzati** che, guarda caso, seguono gli interessi principali che hai manifestato su Instagram, Facebook, YouTube e simili.

Cos'è, pensavi che tutte 'ste comunicazioni fossero buttate lì a caso? Certo che no. **Ogni messaggio è pensato per stabilire una connessione diretta con te e per tenerti aggrappato al marchio in questione**, in una parola per fidelizzarti.

E cosa c'è di meglio per acquisire nuovi clienti? Ovvio: **le offerte**.

Peccato che il sistema delle offerte, se non integrato a una più solida strategia di brand, sia molto rischioso.

Se il marketing a risposta diretta ti sembra un'ottima strategia, tieniti buono questo pensiero fino all'ultimo capitolo della guida. Ora è il momento di imparare a riconoscere i fuffa-guru della ristorazione.

COME SI RICONOSCE UN FUFFA-GURU

1



IL SITO WEB

PARLARE DI SITO web nell'epoca social ti sembra un po' *âgé*?

Sarà, ma sappi che i siti web e le landing page sono ancora il principale canale di acquisizione clienti; e questo vale anche per il fuffa-guru medio.

Di solito **il sito web di un fuffa-guru è più simile a una landing page**, quindi è strutturato in una pagina o poco più. Questa struttura ridotta all'osso riprende la vendita diretta perché chi legge deve scorrere un **flusso continuo di messaggi e parole**, spesso **ripetitivi**, così che gli si **fissino in testa** (per caso ti ricorda le televendite?).

La struttura standard dei loro siti web si riassume così:

- **titolo diretto** – «Smetti di buttare soldi con agenzie che fanno tutto, ma proprio tutto... tranne che portare più prenotazioni e profitti per il tuo ristorante»;
- **messaggio video messianico** – in genere di 3-7 minuti ed enfaticizzato da musiche drammatiche o epiche;
- **descrizioni sommarie e prolisse** condite da errori e refusi;
- elenco dei **casi di successo**;

- continui ***richiami all'azione*** come 'Candidati', 'Prenota' o simili.

Questa struttura così semplice ha uno scopo: **intercettare il cliente in target** attraverso il suo bisogno, aggravarlo mirando sull'ego, offrire la soluzione.

IL BISOGNO

Ristoratore, devi riempire il tuo locale durante la settimana!

È UN BISOGNO SEMPLICE, chiaro e diretto, espressione di un settore che in questo periodo presenta tre problematiche principali:

- in balia dell'inflazione e del mancato aumento degli stipendi, in media **le persone hanno meno soldi** e quindi spendono meno;
- essendo la **ristorazione un servizio percepito come non essenziale**, se girano meno soldi le persone non vanno a mangiare fuori; e se lo fanno, spendono meno di prima;
- di conseguenza il ristoratore può passare molti giorni con i **tavoli vuoti** (soprattutto durante la settimana).

Con un bisogno simile si agisce direttamente sull'aspettativa dell'imprenditore, il quale, per definizione, vuol vedere crescere la propria attività, scalare il mercato e trarne il giusto profitto.

LA DELUSIONE

COME SI ENFATIZZA un bisogno?
Ma chiaro: **si colpisce l'ego dove fa più male.**

La **paura del fallimento** è il punto debole di ogni imprenditore, qualsiasi sia il suo settore. Ecco, allora, che i contenuti video e testuali del fuffa-guru sono ricchi di espressioni come:

- soldi persi;
- tavoli vuoti;
- pericolo chiusura;
- concorrenti che riempiono i tavoli mentre a te non rimangono nemmeno le mosche;
- sei rimasto fregato da agenzie o social media manager che non sanno fare questo lavoro.

E una volta rigirato il coltello nella piaga, ecco la soluzione.

LA SOLUZIONE SEMPLICE

AL BISOGNO SEMPLICE condito da una spruzzata di delusione quanto basta, ecco che si offre la soluzione semplice: il **metodo garantito**. Che non è solo garantito, ma anche scientifico, matematico e misurabile, funziona, è sicuro, è controllabile e immediato.

Questo metodo è traducibile in quattro parole che suonano più come un gagliardetto che come qualcosa di comprensibile: **marketing a risposta diretta**.

A questo punto della narrazione, il fuffa-guru scopre le carte e ti ripeterà concetti come:

- flusso di prenotazioni costante e prevedibile;
- tavoli pieni di clienti altospendenti;
- ottimizzazione del food cost;
- aumento dello scontrino medio;
- ingegnerizzazione del menù in modo che il cliente ordini il piatto con più margine;
- chiavi in mano, interrompi quando vuoi;
- niente stress, faccio tutto io;
- ti fornirò tutti i dati per capire che il metodo funziona;

- risultati garantiti in 60-120 giorni;
- se non vedi i risultati, lavorerò gratis finché non li raggiungerai;
- questo metodo ha già funzionato con X ristoratori;
- tu pensi a cucinare, a riempire i tavoli ci penso io;
- non svaluterò o svenderò il tuo lavoro con offerte ridicole.

Lasciando per un momento da parte l'assurdità che permea questi concetti, è giusto concentrarsi sulla promessa conseguente alla soluzione.

Il fuffa-guru ti ripeterà sempre che grazie al suo metodo **aumenterai il fatturato**. Non l'utile, ma il fatturato. Il che basterebbe per far crollare il castello, ma questo è un discorso che tratterò nelle ultime sezioni di questa guida.

Va bene la soluzione semplice e i ritornelli degni di una televendita, ma come fa il fuffa-guru a convincerti davvero?

LA PERSONALIZZAZIONE

INSIEME ALLA SOLUZIONE, arriva la **rassicurazione**: il suo metodo è «una strategia personalizzata cucita su misura come un abito sartoriale».

Perché, al contrario degli “altri”, lui ha un metodo garantito che può **adattare alla tua identità**.

Aaah... non ti senti già meglio?

IL PRINCIPIO DI AUTORITÀ

LA PROMESSA DEL metodo garantito e personalizzato viene istituzionalizzata dal principio di autorità, ossia una presa di posizione che **delinea il fuffa-guru come unica figura in grado di aiutarti**.

Quindi, avrai l'onore di essere aiutato da:

- il n. 1 in Italia;
- una figura specializzata solo nella ristorazione;
- un metodo che ha già risollevato X ristoranti.

Il tutto supportato da un numero variabile di testimonianze video che confermano il principio di autorità, più continui riferimenti al fatturato generato e ai soldi spesi in campagne e simili.

Manca solo l'ultimo passo.

SCARSITÀ, ESCLUSIVITÀ, URGENZA

SCARSITÀ, ESCLUSIVITÀ E urgenza sono i **principi fondamentali** alla base del marketing a risposta diretta, le tre leve che **spingono il potenziale cliente ad agire**.

La **scarsità** (*scarcity*) enfatizza la limitatezza dell'offerta con frasi tipo: solo 5 candidature disponibili.

L'**esclusività** (o privilegio) agisce sul tuo ego: lavoro solo con realtà eccellenti e con buone recensioni.

L'**urgenza** (*urgency*) conduce al click: fallo ora!

Tutto ciò ha l'obiettivo di rovesciare il potere contrattuale. Benché il fuffa-guru sia una figura professionale che alla fine accetta di lavorare con ogni realtà che ha la sfortuna di incappare nei suoi canali, vuole essere percepito in un altro modo: **non è lui che vuole lavorare con te, sei tu che ti candidi per avere l'onore di essere aiutato da lui**.

Capisci dov'è l'esclusività?

IN BREVE

SE SI METTONO insieme tutti i pezzi elencati finora, il processo che porta tanti ristoratori ad abboccare all'amo è lampante:

- il ristoratore è in difficoltà;
- non capisce perché i competitor lavorano di più;
- sa che il marketing è la soluzione, ma non vuole spendere altri soldi;
- attraverso le sponsorizzate o con il passaparola atterra sui canali del fuffa-guru;
- trova la promessa di un metodo infallibile con risultati garantiti a cui non dovrà nemmeno pensare;
- si sente lusingato dal considerarsi un ristoratore eccellente;
- decide di provare, tanto può interrompere quando vuole;
- ha trovato la soluzione al suo problema.

Tutto stupendo, vero?

Peccato che...

**COSA FA DAVVERO
IL FUFFA-GURU
DELLA RISTORAZIONE?**

2



ACQUISIRE CLIENTI? OFFERTE TUTTO L'ANNO

L FUFFA-GURU TI promette che **alzerà lo scontrino medio** e **riempirà i tavoli** di **clienti altospendenti** con l'obiettivo di **aumentare il fatturato**. Clienti altospendenti, sia chiaro, quindi non gente che sta dietro a offerte, sconti o coupon che rischiano di svalutare e svendere ciò che fai (come ama ripetere).

Peccato che il suo lavoro sarà proprio **puntare sulle offerte**, come insegna il buon vecchio marketing a risposta diretta.

Per invogliare nuovi clienti a venire nel tuo locale, creerà subito delle **sponsorizzate** – quindi contenuti la cui visibilità dipende da quanto pagherai la piattaforma che li ospita – per dare risalto a:

- menù fissi spacciati per menù degustazione;
- all you can eat;
- 2x1;
- coupon a esaurimento;
- omaggi.

ACQUISIRE CLIENTI? OFFERTE TUTTO L'ANNO!

Il che avrebbe anche un senso se si trattasse di offerte davvero limitate nel tempo che hanno l'obiettivo di farti conoscere e portare nuovi clienti che si affezioneranno a tal punto da tornare e ordinare alla carta.

E qui casca il pero: mostrandoti che le offerte funzionano, perché per definizione funzionano sempre, ben presto **ti convincerà a mantenere offerte attive per 365 giorni all'anno.**

Peccato che questo *modus operandi* presenti tre problemi.

2.1.A PREZZACCI

Il fuffa-guru le chiama offerte, ma alla fine sono **prezzacci degni dei saldi.**

Per fare un esempio: si parte da all you can eat di pizza a 14 € a persona, per arrivare a menù degustazione di sei o più portate tra i 25 e i 40 € a persona.

Questi prezzacci hanno dei vantaggi immediati che portano a due conferme:

- **conferma visiva** – il numero dei coperti aumenta;
- **conferma economica** – lo scontrino medio e il fatturato aumentano.

Tutto bellissimo, vero?

In un colpo solo hai riempito i tavoli, aumentato lo scontrino medio e il fatturato, quindi il metodo funziona!

Facciamo due conti per vedere se questo discorso vale anche per il margine, metrica fondamentale se vuoi guadagnare qualcosa dal tuo lavoro.

Il **prezzo di un piatto** sul menù è composto da tre voci principali:

- **food cost** – costo variabile;
- **personale, energia, pulizia, affitto** – costo fisso;
- **margin** – guadagno.

E non dimenticare il cruccio massimo: le **tasce**.

Prendiamo ora uno di questi menù degustazione che di norma si basa sulle mezze portate. Ragionando in proporzione, per mantenere inalterato il margine, il prezzo finale del menù dovrebbe essere la somma delle singole portate diviso due, giusto? Sbagliato!

Se nella mezza porzione il food cost si dimezza automaticamente, ciò non vale per i costi fissi. In più, in un menù degustazione sono sempre compresi acqua, caffè e coperto, tre voci di spesa fisse che rosicchiano ancora di più il margine; senza contare che dovrai **includere i costi delle sponsorizzate e del fuffa-guru stesso**.

Per risolvere basterebbe aggiungere un euro in più al prezzo di metà piatto? No, e nemmeno contare i $\frac{2}{3}$ del prezzo intero. E se vuoi avere la prova di quello che dico, prendi cinque piatti dal tuo menù e prova a creare un menù degustazione di cinque portate che includa anche acqua, caffè e coperto, e a rientrare in una cifra che si assesti tra i 25 e i 40 euro (di norma l'offerta che verrà sponsorizzata).

Questo vuol dire che, nonostante tu veda aumentare il fatturato perché più gente sarà attratta dall'offerta, **il margine non aumenterà in proporzione**. Capisci, quindi, che non ha senso parlare di aumento del fatturato o del margine in termini generali.

2.1.B OFFERTA CONTINUA

Il secondo problema sono proprio loro: le offerte continue.

Ben presto sarai obbligato a **lanciare un'offerta diversa per ogni giorno della settimana**, perché solo così riuscirai ad attirare nuovi clienti. Ecco, allora, che il fuffa-guru si è assicurato la tua fedeltà: **ti mantiene a un livello medio** e totalmente dipendente dalle sue sponsorizzate, cosicché **i tuoi margini (pochi) dipenderanno solo dal suo lavoro**. Alla faccia di chi ti ha promesso di far crescere la tua attività senza svalutare o svendere il tuo lavoro, vero?

E arrivato a questo punto, che senso ha tenere in vigore il menù alla carta? Senz'altro per tirare qualche euro in più dai clienti casuali (pochi) che non sono a conoscenza delle offerte diffuse sui social, sempre che tu non decida di proporre le offerte anche a loro.

2.1.C I CLIENTI

Per smontare la questione dei clienti altospendenti, fatti questa domanda: **in un clima di offerte continue, i clienti mi hanno riempito i tavoli perché credono e condividono la mia idea di cucina e riconoscono il valore che offro o solo perché si sono riempiti la pancia spendendo poco?**

Questi sono davvero clienti altospendenti?

Credo non serva rispondere.

PARLIAMO DI COMUNICAZIONE

L'IDEA DI COMUNICAZIONE del fuffa-guru è **puramente utilitaristica**. Non gli interessa che i contenuti siano curati, che rispecchino la tua identità e quindi ti facciano riconoscere nella moltitudine. Lui ti creerà contenuti che funzionano, che convertono, che piacciono alla gente che ama le offerte.

Quindi, preparati a:

- **foto anonime**, generiche in cui il piatto è parte di una scenografia più ampia ma che non racconta nulla;
- **grafiche aberranti** che nemmeno un ristorante cinese;
- **testi insipidi** e banali generati con l'Intelligenza Artificiale;
- **video in stile TikTok**: montaggio serrato, movimenti di camera convulsivi, musicchette trendy e sottotitoli non curati.

In tutto ciò, **non ci sarà traccia della tua identità**. Sarai solo l'ennesimo contenuto da scorrere in un feed votato all'uniformità visiva del "così fan tutti".

Ora guarda questa carrellata di screenshot raccolta in poche settimane tra Facebook e Instagram.

È questo quello che vuoi?

PER TE

MACCHERONCINO

CON STRACOTTO D'ASINO

2x1

↓ scarica **MACCHERONCINO 2X1** ↓

Ricevi offerta >

Ordina una Carbonara di Polpo, la seconda te la off... Altro...

UNA PAROLA D'ORDINE CARBONARA DI POLPO

2x1

**SOLO IL LUNEDÌ SIA A PRANZO CHE A CENA
SCARICA IL COUPON**

carbonara2x1
2x1 solo lunedì. Solo da [redacted]

Scopri di più

Dove la cucina incontra il vino e nasce l'esperienza

SOLO PER OTTOBRE

VIVI L'ESPERIENZA ENOGASTRONOMICA

TRA MURA SECOLARI E OLTRE 1500 ETICHETTE RARE, CINQUE
PORTATE RACCONTANO UN'ESPERIENZA UNICA NELLE CANTINE DI

CHAMPAGNE
TARLANT
VIGNERONS DEPUIS 1687

SASSICAIA

SCOPRI IL MENU

nuova-degustazione
Scopri l'abbinamento perfetto tra cibo e
vino

Scopri di più

Solo di Mercoledì

TUTTI I PANINI A SOLI 10€

Con Patatine Incluse..

PRENOTA ORA

L'autunno, servito in 7 specialità d'autore.... Altro...

SOLO 100 PASS PER L'ESPERIENZA

Nebbie & Sapori

Assapora il in un percorso di 5 portate in edizione limitata firmato dai , dove l'autunno e gli ingredienti stagionali KM0 sono i veri protagonisti



SOLI 44€ A PERSONA

SCARICA IL PASS

degustazione.

prenotazioni.it

Nebbie & Sapori: il menù che racconta l'autunno

Scopri di più

ALL YOU CAN EAT

GNOCCHI ARTIGIANALI

NOI SCEGLIAMO LA STRADA DELLA TRADIZIONE: GNOCCHI FATTI A MANO, CONDIMENTI GENUINI, ABBONDANZA VERA AD UN PREZZO CHE NON HA RIVALI



OGNI GIOVEDÌ

PRENOTA SUBITO

Scopri di più

degustazione.

prenotazioni.it

Nebbie & Sapori: il menù che racconta l'autunno

Scopri di più

Sponsorizzato

SEI ALLA RICERCA DI NUOVE ESPERIENZE CULINA... Altro...

L'ARGENTINA NEL PIATTO

Scopri le emozioni argentine in un percorso unico di 5 portate. Le eccellenze della nostra terra qua a



PRENOTA ORA

experience.

com

il rito della carne

Scopri di più

IL MARE COME NON L'HAI MAI ASSAGGIATO

Colori, profumi e sapori che emozionano, presentati come OPERE D'ARTE scopri le composizioni uniche di



LASCIATI CONQUISTARE

prenotazioni.com

LE ECCELLENZE DI IN

Scopri di più

experience.

com

il rito della carne

Scopri di più

prenotazioni.com

LE ECCELLENZE DI IN

Scopri di più

Preparati per la risottata della domenica!... Altro...



**GIRO RISOTTI
A SOLI 19€**
Degustazione di 5 risotti
DOMENICA A PRANZO

com

Domenica a pranzo 🌟 a soli 19€

Prenota subito

Una cena in piazza ... Altro...



**PIZZA
gratis**
SOLO ordinando
l'impasto ai Grani Antichi

it

SCARICA LA PIZZA 2X1 🍕

Scarica

NON CONOSCI ANCORA ... DI S... Altro...

REGALO DI BENVENUTO


Polpo Grigliato
con Crema di Ceci e
Ciuffi di Pomodoro.

SCARICA IL TUO COUPON

N°1 su TripAdvisor

Scarica

Un viaggio tra Puglia e Veneto in 6 portate.... Altro...

DEGUSTAZIONE FUSION
L'unico percorso culinario capace di unire l'autenticità del Sud ai
sapori del Nord in un'unica, straordinaria esperienza di gusto.


6 PORTATE DI PURA TRADIZIONE E GUSTO
A SOLI...
€35 € 25

ep3syoeg49twbkejarhedark2fkmt.promozioni...
Scopri il meglio della Puglia e del Veneto in
6 portate!...

Scopri di più

30

Venerdi: la brace si accende, e gli arrosticini non finiscono mai 🔥... Altro...



ARROSTICINI... COM

26,50€ per una serata che vale il doppio

L'unico All You Can Eat di arrosticini artigianali a

Scopri di più

Giornata di lavoro impegnativa? Ci pensa Pizza No... Altro...



A SOLI 22€ A PERSONA

it

Pizza No Stop da

Prenota subito

Tutti i Lunedì dalle 18:30

ALL YOU CAN EAT

GNOCCHO FRITTO

A SOLI 14,90€ A PERSONA

PRENOTA ORA



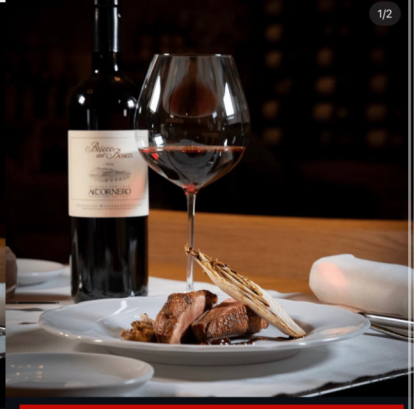


Ci sono abbinamenti che non si inventano: si scoprono, piano piano, come un segreto sussurrato tra un calice e un boccone.

Il profumo del vino che sale, la cremosità del piatto, la luce che si riflette sul vetro.

Non serve dire troppo: basta assaggiare per capire.

✦ Ti aspettiamo per vivere un'esperienza che profuma di equilibrio e meraviglia.



Il profumo della carne appena tagliata, il colore intenso del vino, il calore del legno. Un incontro di carattere, di forza, di eleganza.

Per chi ama lasciarsi sorprendere da un gusto autentico, senza compromessi.

✦ Un'esperienza pensata per chi vive il piacere fino in fondo.

Halloween NIGHT 🎃



A soli 24.90€

Scopri di più

Un viaggio in Spagna. Senza prendere l'aereo. ✈️... Altro...



degustazione... .com
Una serata che sa di Spagna e felicità.

Scopri di più



Lungi da me essere pedante, pignolo e ripetitivo.

Questa carrellata di contenuti sponsorizzati mi è servita per dimostrarti l'**estrema uniformità** di questo tipo di contenuti. Dato, quindi, che il contenuto in sé è poco riconoscibile dagli altri, **perché il potenziale cliente dovrebbe fermarsi proprio sul tuo? Ovvio: per l'offerta.**

Ecco, allora, che si torna a quanto detto nei paragrafi precedenti: **il click lo vince chi spara l'offerta più grossa** e, di conseguenza, **erode di più il suo margine**. Un ottimo modo per attirare i famosi clienti altospendenti, vero?

CONCLUSIONE



A quante parole sono arrivato?

Be', qualcuna in più non farà male.

Di solito una conclusione serve per tirare le somme di quanto detto, ma credo di aver già riportato tutto ciò che ti può servire per riconoscere un fuffa-guru della ristorazione e stargli alla larga.

Sia chiaro: **non ho dubbi che il sistema delle offerte funzioni, ma nemmeno che possa essere l'unico sistema sostenibile economicamente per riempire i tavoli di un ristorante.** Quindi non sto dicendo che il fuffa-guru venda solo fumo o che non sappia lavorare con le sponsorizzate, ma che il suo metodo garantito non ti assicura la crescita che spero e che egli stesso sostiene ti farà avere.

Ancora troppe persone pensano che il settore del marketing e della comunicazione sia aria fritta, un ambiente pieno di persone che vedono il cliente come una banconota che cammina, un circolo di imbonitori sempre pronti a fregare il prossimo con paroloni a lui incomprensibili; peccato che poi siano le prime a cadere innanzi a occhiali da sole appariscenti e parlantine da tele-venditore.

Dovrei godere di questa pura espressione del karma?



Sebbene la tentazione sia forte, no.

Oltre a essere una risorsa utile e gratuita per tutti, penso che *Come si riconosce un fuffa-guru della ristorazione?* sia una **linea di confine necessaria**. E pur non apprezzando le polarizzazioni “noi contro loro” (quelle semmai le lascio ai fuffa-guru), in questo caso non posso fare a meno di parafrasare un verso di una canzone a me molto cara sia nel lavoro che nella vita: ***I’m not your kind***.

Ora ti voglio lasciare un ultimo pensiero: quelli che hai appena letto sono dei consigli frutto di anni di osservazione e studio della figura del fuffa-guru, non dei dettami morali. Puoi seguirli come ignorarli, la scelta è tua. A me interessa solo avere la coscienza a posto.

Se pensi che il fuffa-guru sia una figura innocua,
se pensi “ma sì, chi vuoi che ci caschi”,
se pensi che manterrai il controllo totale, ricorda:

il suo cliente altospendente sei tu e nessun altro.

Grazie per aver letto fin qui,

Emanuele Secco

Copywriter, food writer,
social media manager
e scrittore freelance

SCRITTURA, PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE DI EMANUELE SECCO

NOVEMBRE 2025

UNA PRODUZIONE



SEGUIMI SU

SITO WEB

INSTAGRAM

NEWSLETTER

FACEBOOK

LINKEDIN

Tutti gli screenshot presenti sono o sono stati materiale pubblico sponsorizzato sulle piattaforme Meta (Facebook e Instagram). È stato censurato ogni riferimento che può portare al riconoscimento dei pubblici esercizi.

Come si riconosce un fuffa-guru della ristorazione? è un prodotto editoriale gratuito sotto **licenza Creative Commons BY-NC-ND 4.0**. È libero fintanto che la sua riproduzione citi l'autore e rispetti la forma originale del contenuto. Non è consentito alcun tipo di riproduzione o rielaborazione a scopi commerciali. Qui [i termini completi della licenza](#).

