Intraprendenza, qualità e sostenibilità: la ristorazione batte la crisi

fipe-ristorazione-b241a8a7

Cambiano i ritmi di vita, i luoghi di consumo, gli stili alimentari, ma una cosa è certa: la **passione degli italiani per il ristorante e la buona cucina** non accenna a tramontare. Al contrario.

Se si guarda ai dati messi in fila da **Fipe**, la **Federazione dei Pubblici esercizi**, all'interno del rapporto 2019, infatti, si nota come il settore della ristorazione stia conoscendo una stagione estremamente dinamica. Gli italiani infatti non solo investono di più, ma lo fanno in maniera sempre più mirata, andando a ricercare la miglior qualità dei prodotti locali e un servizio attento alla sostenibilità ambientale.

Una marcia in più per un comparto che si muove all'interno di un quadro congiunturale niente affatto semplice, con un 2019 che ha visto il moltiplicarsi di forme di concorrenza sleale nel mondo del food.

“Il mondo della ristorazione– sottolinea il presidente di Fipe, **Lino Enrico Stoppani** - è un grande asset della nostra economia e un patrimonio, anche culturale, del Paese. I dati parlano chiaro: con 46 miliardi di euro siamo la prima componente del valore aggiunto della filiera agroalimentare, continuiamo a far crescere l'occupazione e contribuiamo alla tenuta dei consumi alimentari: negli ultimi 10 anni, nonostante la crisi, gli italiani hanno speso sempre di più per mangiare fuori casa, riducendo al contrario la spesa in casa. Merito di un'offerta che cresce in segmentazione dei format commerciali, in qualità dell'offerta gastronomica e in professionalità. I milioni di turisti che arrivano in Italia mettono proprio bar e ristoranti tra le cose che maggiormente apprezzano del nostro Paese".

“Questo – prosegue Stoppani – non è un settore dove si vive di rendita, come dimostra l'altissimo turnover imprenditoriale. I preoccupanti tassi di mortalità delle imprese confermano che ascolto del mercato e innovazione sono processi fondamentali per il successo. Conforta vedere che i nostri imprenditori si stanno dimostrando particolarmente attenti ad alcune nuove tendenze del mercato: sono in prima linea nella lotta allo spreco alimentare e molto sensibili sia al tema della sostenibilità

ambientale che a quello della valorizzazione dei prodotti del territorio. Su questo punto giova ricordare che come settore acquistiamo ogni anno 20 miliardi di euro di materie prime alimentari sia dall'industria che dall'agricoltura".

A COLAZIONE E A PRANZO VINCE IL FUORICASA

Dall'analisi in dettaglio del rapporto 2019 si scopre che **ogni giorno circa cinque milioni di persone, il 10,8% degli italiani, fa colazione in uno dei 148mila bar della penisola**. Altrettante sono le persone che ogni giorno **pranzano fuori casa**, mentre sono **poco meno di 10 milioni (18,5%) gli italiani che cenano al ristorante almeno due volte a settimana**. Un vero e proprio esercito di persone che nel 2018 ha speso, tra bar e ristoranti, **84,3 miliardi di euro**, l'1,7% in più in termini reali rispetto all'anno precedente e che nel 2019 ha fatto ancora meglio, arrivando complessivamente a spenderne 86 milioni.

La ciliegina sulla torta di un decennio che ha visto i consumi degli italiani spostarsi al di fuori delle mura domestiche: tra il 2008 e il 2018, infatti, l'incremento reale nel mondo della ristorazione è stato del 5,7%, pari a 4,9 miliardi di euro, a fronte di una riduzione di circa 8,6 miliardi di euro dei consumi alimentari in casa. Una cifra, quest'ultima, che nel 2019 è salita a 8,9 miliardi di euro.

Una performance che consente al mercato italiano della ristorazione di diventare il terzo più grande in Europa, dopo quelli di Gran Bretagna e Spagna e che ha ricadute positive sull'intera economia italiana e in particolare sulla filiera agroalimentare. Ogni anno, infatti, la ristorazione acquista prodotti alimentari per un totale di 20 miliardi di euro, andando a creare un valore aggiunto superiore ai 46 miliardi, il 34% del valore complessivo dell'intera filiera agroalimentare.

PRODOTTI TRACCIABILI E ZERO SPRECHI

Nonostante la sperimentazione degli chef televisivi abbia raggiunto in questi anni livelli record, ciò che attira in maniera sempre più marcata i consumatori all'interno dei ristoranti è la tradizione. Il 50% degli intervistati da Fipe, infatti, cerca e trova nei locali che frequenta un'ampia offerta di prodotti del territorio, preparati con ricette classiche ma non solo. Il 90,7% dei clienti confessa di essersi fatto tentare da piatti nuovi e mai provati, mentre il 60,5% ammette di andare al ristorante anche per affinare il proprio palato.

Tutti, o quasi, concordano, però su un punto: **è fondamentale sapere ciò che si mangia**. Il 68,1% dei clienti quando entra al ristorante per prima cosa si informa sulla provenienza geografica dei prodotti, il 58,5% sui valori nutrizionali dei piatti e il 54,5% sull'origine e la storia di una ricetta.

L'altro elemento che incide sulla scelta di un locale è la sua **politica “green”**. Sette consumatori su dieci sostengono infatti che sia importante che i ristoranti operino in modo sostenibile dal punto di vista sociale e ambientale. Il che significa, per il 37,7% degli avventori, che portino avanti politiche contro lo spreco alimentare dotandosi di doggy bag o rimpiattini, per il 36,7% che utilizzino materie prime provenienti da allevameni sostenibili, mentre per il 33,3% che limitino l'uso della plastica. Solo meno di un italiano su tre rimane totalmente indifferente di fronte a questo tipo di politiche sostenibili.

UN MARCHIO DOC CONTRO L'ITALIAN SOUNDING

Quello dell'**Italian soundin**g è un problema che si sta estendendo sempre più e che ormai non vede coinvolti solo i prodotti italiani. Sempre più numerosi sono infatti i casi di plagio all'estero dei marchi dei principali ristoranti e delle pasticcerie italiane più note. Per questo è stato creato il marchio di riconoscimento “ospitalità italiana”, attraverso il quale il nostro Paese certifica che si tratta di ristoranti che utilizzano prodotti italiani e si ispirano ad autentiche ricette italiane con una forte enfasi sulle cucine del territorio.

La presenza è diffusa ovunque, dall’Europa all’Oceania: il Paese con il maggior numero di ristoranti certificati sono gli Stati Uniti d’America e la prima città è New York. In totale, sugli oltre 60mila ristoranti “all'italiana” presenti nel mondo, solo 2.200 hanno ottenuto questo importante riconoscimento.

DONNE, GIOVANI E STRANIERI: SEMPRE PIU' OCCUPATI NELLA RISTORAZIONE

Secondo l'ultimo censimento disponibile, sono **336mila le imprese della ristorazione attualmente attive**. Sono 112.441 quelle gestite da donne che scelgono in un caso su due di aprire un ristorante. 56.606 imprese sono, invece, gestite da giovani under 35. Sono infine 45mila le imprese che hanno soci o titolari stranieri. Nel mondo della ristorazione **l'occupazione rimane stabile rispetto allo scorso anno (1,2 milioni di dipendenti di cui il 52% donne)** ma sul lungo periodo mostra un'impennata notevole, soprattutto rispetto agli altri settori dell'economia nazionale. Negli ultimi 10 anni, infatti, i posti di lavoro, misurati in unità di lavoro standard, in bar e ristoranti sono cresciuti del 20%, a fronte di un calo dell'occupazione totale del 3,4%.

LUCI E OMBRE

Esistono alcune **criticità strutturali** nel mercato della ristorazione e alcuni fenomeni recenti. Da un lato il settore soffre ancora di un **elevato tasso di mortalità imprenditoriale**: dopo un anno chiude il 25% dei ristoranti; dopo 3 anni abbassa le serrande quasi un locale su due, mentre dopo 5 anni le

chiusure interessano il 57% di bar e ristoranti.

Un dato che fa il paio con la **bassa produttività** di questo settore: il valore aggiunto per unità di lavoro è di 38.700 euro, il 41% più basso rispetto al dato complessivo dell'intera economia. Nel corso degli ultimi 10 anni il valore aggiunto per ora lavorata è sceso di 9 punti percentuali.

La novità risiede invece nelle piaghe dell'**abusivismo commerciale** e della **concorrenza sleale**. Nei centri storici, nel corso degli ultimi 10 anni, si è impennato il numero di paninoteche, kebab e (finti) take away di ogni genere (+54,7%), mentre sono diminuiti i bar (-0,5%). Il pubblico esercizio deve fare i conti con una concorrenza ormai fuori controllo. Crescono soprattutto le attività senza spazi, senza personale, senza servizi soprattutto nei centri storici delle città più grandi.

"Questo – continua il Presidente Stoppani - dipende da una molteplicità di fattori: i costi di locazione sono diventati insostenibili, il servizio richiede personale e il personale costa, gli oneri di gestione, a cominciare dalla Tari, sono sempre più pesanti. La scorciatoia è fatta da attività senza servizio, senza spazi e con personale ridotto all'osso, ed è favorita da politiche poco lungimiranti delle amministrazioni locali che consentono a tutti di fare tutto senza il rispetto del principio 'stesso mercato, stesse regole' che per noi è alla base di una buona e sana concorrenza. La disparità di condizioni non genera soltanto concorrenza sleale, ma finisce per impoverire il mercato stesso, la sicurezza dei consumatori e la qualità delle nostre città".