

COSTUME E SOCIETÀ UNA RICERCA DELLA FIPE-CONFCOMMERCIO. IL FENOMENO DELL'APERICENA PER I GIOVANI

Come cambiano le abitudini dei lucani al bar e al ristorante

● Dall'apericena - fenomeno del tutto nuovo, ovvero il mixage tra il rito dell'aperitivo e un pasto propriamente detto, di solito la cena, che è diventato un appuntamento centrale tra i giovani - al più tradizionale pasto veloce: sono cambiate le abitudini anche dei lucani al bar, pub o ristorante. La Fipe-Confcommercio ha studiato le nuove tendenze partendo dalla fotografia del settore: le attività di ristorazione in Basilicata - 2.666 (1.717 in provincia di Potenza e 949 in quella di Matera), di cui circa il 60% è costituito da bar e pub. Si è finalmente interrotta la dinamica di contrazione che era iniziata nel 2008 - secondo la Fipe - e oggi abbiamo la conferma che il fuori casa è un universo economico e sociale sempre più importante. Intanto è in controtendenza da noi l'andamento delle consumazioni rispetto alla situazione generale: dal 2010 ad oggi sono diminuiti dell'8,5 per cento i consumi nei bar e del 7,9% nei ristoranti; perdono terreno persino cappuccino e cornetto mattutini (-3,3%): nei bar-pub lucani la tendenza delle consumazioni è considerata invariata nel 58,3% degli esercizi rispetto allo scorso anno; diminuita per il 25% degli esercizi e aumentata per il 16,7%. Quanto alla frequenza degli utenti lucani: l'8,3% tutti i giorni è al bar-pub-snack bar; il 50% 2-3 volte a settimana; il 16,7% una volta a set-

timana il 16,7% una volta al mese; l'8,3% non ci va mai. I pubblici esercizi rappresentano sempre più un luogo di incontro e di aggregazione per i giovani tra i 18 ed i 25 anni (46,6%) e per gli ultra sessantenni (38,9%), mentre per gli altri resta soprattutto un luogo in cui consumare. Le modalità di consumo appaiono abbastanza diversificate: prevale il rito della colazione (46,7%) anche se in flessione rispetto al 2010, mentre meno abituale e in leggera flessione è risultato il consumo di aperitivi (13,9%). I consumatori più assidui sono il pubblico di sesso maschile: tra questi infatti il 31,6% ha dichiarato di essere entrato in un bar tutti i giorni e il 25,4% almeno 2-3 volte a settimana. Tra il pubblico femminile, invece, ben il 30,5% ha affermato di non essere entrata in un bar (era il 25,9% nell'indagine del 2010). La Fipe distingue tre tipologie di utenza: «heavy consumer», ovvero tutti coloro che consumano almeno 4-5 pasti fuori casa in una settimana; gli «average consumer», che consumano almeno 2-3 pasti fuori casa in una settimana e, infine, i «low consumer» che consumano raramente un pasto fuori casa, ovvero circa 2-3 pasti in un mese. E quali sono i luoghi prediletti dei consumi fuori casa? Bar caffè e bar pasticcerie si confermano i luoghi della colazione (con una percentuale in-

torno al 92%), ogni giorno (e con una spesa media di 2,50 euro), la pizzeria è il «luogo principe» della cena infrasettimanale, scelta almeno tre volte alla settimana, che spendono mediamente 22,40 euro. Il 63,6% della popolazione pranza fuori casa nel weekend, almeno tre volte al mese e spende indicativamente 18,6 euro. Mentre il 66,8% degli italiani cena fuori casa nel weekend almeno 3 volte al mese prediligendo ristoranti e trattorie con uno scontrino medio di 19.10 euro. Parlando inoltre dell'evoluzione che nel corso degli anni ha contraddistinto la fisionomia del bar-pub, è possibile vedere come l'offerta e la tipologia di locale si sia gradualmente differenziata in molteplici forme. «L'importanza della ristorazione - afferma Michele Tropiano, presidente Federalberghi e dirigente Confcommercio - è dimostrata dall'alto gradimento per i nostri piatti grazie all'impegno dell'Unione Cuochi lucani, alla passione di tanti giovani professionisti. La cucina lucana e mediterranea è la più apprezzata e la più imitata al mondo e per i turisti stranieri è uno dei principali motivi di viaggio, addirittura il primo per ritornarci. Nonostante ciò, spesso non riusciamo a valorizzare adeguatamente le potenzialità che il settore potrebbe esprimere attraverso efficaci azioni di promozione e comunicazione».



TAVOLA

Le attività di ristorazione in Basilicata sono 2.666, di cui il 60% è costituito da bar e pub

