

# Federalberghi: "Target diverso da quello che ha scelto la piazza" Niente Capodanno Rai post-cenone

## A differenza del 2016 molti albergatori hanno rimosso il servizio navetta

POTENZA - Come è già accaduto per il capodanno 2016 in diretta Rai da Potenza anche per questo cenone di festeggiamento al 2020 non c'è stata nessuna "concorrenza" per alberghi, ristoranti e locali che tradizionalmente organizzano il classico cenone di fine anno. Dall'osservatorio Federalberghi-Fipe-Confcommercio in tutta la provincia di Potenza si è registrato lo stesso numero di eventi gastronomici e di festa del capodanno dell'anno precedente. Anzi, con l'apertura di nuovi locali di tendenza, specie rivolti ai più giovani, ci sono stati più appuntamenti per soddisfare la voglia dei giovanissimi di festeggiare dopo il cenone in casa con famiglia e conoscenti più stretti per ritrovarsi in un ambiente più "giovane". Il pubblico dell'evento che si è svolto da piazza Mario Pagano a Potenza - sottolinea Feralberghi -Fipe - è molto diverso dal target che ha rinnovato la scelta per il ristorante, al punto che se nel 2016 alcuni albergatori dell'hinterland di Potenza avevano deciso di anticipare il cenone e avevano organizzato un servizio di bus-navetta per raggiungere Potenza, con il relativo ritorno in hotel, questa volta hanno desistito. Ri-

storatori ed albergatori - sottolinea Michele Tropiano, presidente Federalberghi - sono stati molto attenti ai prezzi con proposte un po' per tutte le tasche che variano da un minimo di 60 euro sino ad un massimo di 130 euro, con un costo medio di 90 euro, secondo i piatti contenuti nel menù e in base all'intrattenimento musicale. Hanno avuto successo i pacchetti albergo-cenone che sono studiati su misura di famiglie con bambini e comitive invogliando a fermarsi almeno un paio di giorni con tariffe medie tra 70-100 euro procapite (compreso il cenone). La prima neve di stagione anche se insufficiente per la riapertura degli impianti sciistici - continua Tropiano - in particolare nel comprensorio Montagna di Viggiano ha comunque avuto un effetto di ulteriore attrazione per famiglie e comitive con bambini che hanno potuto giocare con la prima neve. Grande attenzione degli chef è stata come sempre, grazie all'impegno della Fic Basilicata, rivolta alla rivisitazione dei piatti della cucina lucana con quel tocco di fantasia-creatività-originalità che il menù della festa più importante dell'anno richiede. Quanto al

capodanno da piazza Mario Pagano - continua il dirigente di Confcommercio - i target a cui ci rivolgiamo per la festa in albergo, al ristorante, nel locale sono profondamente diversi e poi tutti in quest'occasione hanno potenziato il numero di schermi tv o persino di schermi giganti per seguire l'evento Rai consumando il grande cenone di almeno 7 portate. Sulla determinazione dei prezzi la parola d'ordine è "trasparenza". Entrando nello specifico dei dati, il capodanno è stato all'insegna del menu all inclusive, sempre più ricco e curato nei minimi particolari. Più della metà dei ristoranti ha offerto menu con bevande incluse (rispetto al 40% dello scorso anno), mentre si è ridotto il numero dei ristoranti che ha proposto menu con bevande escluse. Una politica commerciale che permette ai clienti di conoscere prima la spesa senza sorprese sul conto finale. Una piccola percentuale di ristoratori, il 20% circa, ha previsto delle agevolazioni per grandi gruppi o per i clienti più fidelizzati. Nel 35% dei ristoranti mamme e papà hanno potuto fruire di menu ad hoc per i più piccoli.





**Alcuni lucani che hanno scelto di festeggiare l'arrivo del nuovo anno al ristorante**

