

ECONOMIA

LA BASILICATA
RIPARTE DAI BAR

Sono 1.434 in tutta la regione, crescono tra il 5 e il 7%, con molti giovani gestori: sono i bar della Lucania su cui la Confcommercio lancia la sfida per l'economia del territorio.

A PAGINA 7

L'ECONOMIA LUCANA AL CENTRO DELL'ANALISI DI CONFCOMMERCIO DI BASILICATA

Lo sviluppo passa dal caffè

1.434 bar, che crescono continuamente, molti gestiti anche dai giovani

Cambiano i ritmi di vita, i luoghi di consumo, gli stili alimentari, ma una cosa è certa: il rito del buon caffè al bar, seguito dall'aperitivo e la passione dei lucani per la buona cucina al ristorante non accennano a tramontare.

Al contrario. Se si guarda ai dati messi in fila da Fipe, la Federazione dei Pubblici esercizi, aderente a Confcommercio, all'interno del rapporto 2019, infatti, c'è la conferma che entrambi i settori - bar e ristorazione - stiano conoscendo una stagione estremamente dinamica. Il segreto è essenzialmente nelle nuove leve imprenditoriali, i giovani creativi dell'offerta di ristorazione e bar che hanno elevato la qualità e diversificato l'offerta.

I NUMERI. I bar in Basilicata sono 1.434 con una crescita annua tra il 5 e il 7 per cento concentrata nei centri maggiori. Il 28% sono gestiti da under 35 anni. Per il

68,7% sono ditte individuali, seguite da società di persone (17,3%) e da società di capitale (16,2%). Insieme alla tradizionale colazione, in crescita la percentuale dei lucani che scelgono il bar per il pranzo (il 16,3%), oltre a pizze, prodotti da forno salati e pasticceria locale. Le attività di ristorazione in Basilicata sono 2.808 di cui il 27% a gestione giovanile e il 17% femminile. Come per i bar le ditte individuali sono in stragrande maggioranza (63,9%), seguite da ditte di capitale (16,2%) e società di persone (17,3%). I prezzi sia al bar che al ristorante-trattoria sono considerati da Fipe tra i più bassi d'Italia, con un aumento che nel giro di un anno si attese a più 0,6% contro la punta massima al Nord del 6%.

A COLAZIONE E A PRANZO, VINCE IL FUORI CASA

Dall'analisi in dettaglio del rapporto 2019, si scopre

che ogni giorno l'8% dei lucani fa colazione al bar. Una percentuale leggermente superiore (9%) è l'utenza che ogni giorno pranza fuori casa, mentre si raddoppia (18,5%) i lucani che pranzano-cenano al ristorante almeno due volte a settimana. 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%.

PRODOTTI TRACCIABILI E ZERO SPRECHI

Nonostante la sperimen-



tazione 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 - sottolineano Alfonso e Antonio (Black Pepper, ristorante Potenza), simboli di fantasia a tavola - concordano, però su un punto: è fondamentale sapere ciò che si mangia. Sappiamo che buona parte dei clienti quando entra al ristorante, per prima cosa si informa sulla provenienza geografica dei prodotti, sui valori nutrizionali dei piatti e sull'origine e la storia di una ricetta. E noi ci sforziamo di rispondere a queste esigenze. 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.

TENDENZE Specie il bar è il locale più fidelizzato. Danilo (My goblins Cafe, piazza Bologna, Potenza) "simbolo" della nuova imprenditoria, per l'esperienza accumulata all'estero (Londra), punta a farlo diventare luogo di incontro (non solo di giovani), introducendo con gradualità nuovi servizi per tutti i gusti. Un modello di bar per accogliere tutti senza limitarsi al frettoloso caffè al bancone. La scelta di tendenza è comunque un "must" per i più giovani, il target che frequen-

ta di più i bar.

LUCI E OMBRE

Esistono alcune criticità strutturali nel mercato della ristorazione e alcuni fenomeni recenti. Da un lato - sottolinea la Fipe - 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. Crescono soprattutto le attività senza spazi, senza personale, senza servizi soprattutto nei centri storici delle città più grandi. "Questo - afferma il Presidente della Fipe 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".

