

Covid, una nuova generazione di ristoratori resilienti e innovatori

Confcommercio Basilicata: «Nonostante la perdita di fatturato, in tutti abbiamo notato la grande determinazione e la proposta di nuove idee»

Dopo 41 giorni in rosso, 46 in arancione, 70 in giallo, con una media (2020) di 16 colori cambiati in continuazione, i ristoratori lucani in questa prima settimana di riapertura (con servizio all'aperto) sono alle prese con "prove di ripartenza" dando segnali di ottimismo alla clientela che nonostante le condizioni climatiche (temperature specie serali tutt'altro che tardo-primaverili) hanno risposto bene. E' questa la situazione che Confcommercio Potenza ha registrato attraverso un giro tra un campione di ristoranti del capoluogo. Una delegazione della confederazione guidata dal vice presidente provinciale vicario Angelo Lovallo ha voluto incontrare i titolari delle attività di ristorazione per raccogliere impressioni, umori, pareri ed indicazioni su come affrontare la nuova fase sicuramente diversa e più impegnativa di giugno con la ripresa dei servizi all'interno (1 giugno) e l'eliminazione del coprifuoco (21 giugno). "Ho trovato una classe di ristoratori pronti e con idee chiare, consapevoli - dice Lovallo - che insieme alla rinnovata voglia delle persone di mangiare fuori casa stanno cambiando le esigenze dei clienti attenti non solo alle condizioni di sicurezza". Per le 2.845 attività di ristorazione iscritte alla Camera di Commercio Basilicata (il 60,9% sono ditte individuali,

il 19,7% società di capitale, il 16,7% società di persone e i 2,7% altre forme societarie) la perdita di fatturato è stata pesante mentre i ristoratori di carattere nazionale e regionale hanno coperto tra il 5 e il 15% delle perdite. "In tutti i titolari - sottolinea Lovallo - prevale l'impegno a riprendere la clientela tradizionale ed affezionata e a conquistare nuovi target e l'ottimismo di potercela fare". Così le ristoratrici Al Duomo di Potenza Mery Zirpoli, Giusi Caivano e Rosa Solimeno che hanno avuto il coraggio di aprire in pieno lockdown sono convinte che gli ingredienti della cucina con prodotti a km zero, freschi, stagionali, la semplicità dei piatti è il modo migliore per riavvicinare i clienti. C'è chi come Antonio Sabia (Black Pepper) ha parole di riconoscenza a quanti persino nelle serate ventose e con temperature fredde hanno voluto cenare nel particolare dehor creato in legno per ridare un'atmosfera di convivialità. "Abbiamo ritenuto un rapporto speciale - dice Sabia - con quanti ci hanno scelti e che hanno riscoperto insieme ai sapori e gusti la convivialità dello stare insieme al tavolo". Tra le esperienze più originali che Confcommercio ha individuato quella di Antonio Coronato che all'Osteria di via Appia ha aggiunto la gestione del Pretoria Hotel Dimora, struttura alberghiera del centro storico riavviata

da qualche giorno. Un completamento dell'esperienza ricettiva: dal tavolo del pranzo o cena alla camera di albergo. Chi invece scommette nell'offerta del pasto all'aria aperta è Rocki Colizzi della Fattoria sotto il cielo che dispone al Pantano di Pignola di ampi spazi e di un ambiente naturalistico particolare. Colizzi attende però di capire come si riprenderà il settore eventi-cerimonie che per ora ha troppe prescrizioni burocratiche. Dunque tante le novità in questa prima fase. Al primo posto viene indicato lo sfruttamento dei dehors (38,4%), segue la proposta di menù specifici per l'asporto (35,8%) e l'introduzione del servizio di delivery (33,2%). Ne seguono altre sempre di particolare interesse come ad esempio il maggior ricorso al sistema delle prenotazioni, l'incentivazione dei pagamenti digitali e via di seguito.

Il cluster delle imprese «resilienti ed innovative» - dice Lovallo - pur rappresentando ancora una minoranza è significativa per la nostra realtà di commercio. Si tratta di imprese che hanno attivato moltissime innovazioni per sopperire agli effetti della pandemia (oltre 6 innovazioni sulle 13 innovazioni proposte): hanno offerto nuovi servizi, hanno ampliato i metodi di fornitura e consegna, hanno introdotto innovazione digitale, non hanno annullato i piani di investimento previsti.



