foto Contrasto

c'è la crisi ti vengo incontro

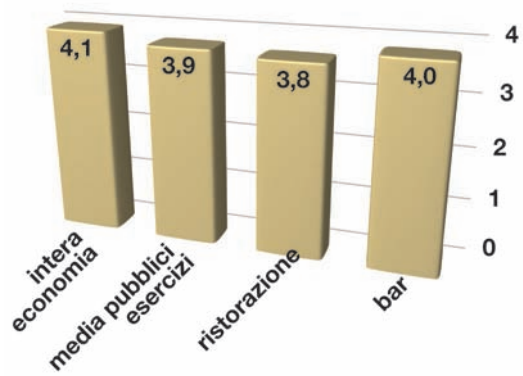
L'INFLAZIONE DA COSTI È ALLE STELLE, I LISTINI DI BAR E RISTORANTI SONO BOLLENTI. E LE FAMIGLIE RIDUCONO I CONSUMI. UNO SCENARIO IN CUI È DIFFICILE MUOVERSI. EPPURE LE BUONE IDEE NON MANCANO. CHI HA MESSO IN PRATICA UNA CORRETTA POLITICA DI PREZZI NON SEMBRA SOFFRIRE. E SI DICONO SODDISFATTI ANCHE COLORO CHE LAVORANO SUL MAGAZZINO E RIDUCONO I COSTI. LA STRADA È TRACCIATA 9' *di bargiornale*

Emergenza prezzi, consumi fermi e, come al solito, i pubblici esercizi finiscono nel mirino. Le associazioni dei consumatori sparano a zero: "Dal 2001 a oggi i prezzi sono schizzati del 224% nei bar e nei ristoranti", tuona il Codacons. Invano le associazioni di categoria rispondono che dall'introduzione dell'euro, l'incremento dei listini è stato in linea con gli altri Paesi europei.

Chi ha ragione? Secondo l'elaborazione del Centro Studi Fipe sugli indici Istat, la dinamica dei prezzi nel mese d'agosto ha registrato +0,3 nei ristoranti e +0,2 nei bar rispetto a luglio, per un valore medio nei pubblici esercizi dello 0,2 escluso il comparto dei gelati (contro lo 0,1 dell'intera economia del Paese). Il dato tendenziale rispetto a un anno fa (agosto 2007) registra invece un incremento medio del 3,9% (+3,8% nei ristoranti e +4% nei bar), rispetto al +4,1% dell'intera economia.

Gli aumenti, dunque, ci sono stati, ma all'interno di una dinamica dei prezzi senza precedenti. L'inflazione da costi (petrolio, materie prime, tariffe) non ha concesso alternative. Le stesse imprese sono preoccupate. La gente fa fatica ad arrivare alla terza settimana, si porta la colazione al sacco da casa, spende i buoni pasto aziendali per fare la spesa e taglia drasticamente la frequentazione di bar e ristoranti. Che fare per tentare di rilanciare i consumi senza alzare i prezzi? Quali contromisure attuare per non perdere i clienti e affrontare la congiuntura negativa? Abbiamo fatto un giro d'orizzonte per capire come si stanno muovendo gli esercenti e abbiamo scoperto un fuoco pirotecnico d'iniziative spicciole adottate già quest'estate: monopiatto nei ristoranti di Fregene e Ostia, pesce "low cost" a Cagliari, dolcevita notturna con lo sconto per gli under 30 in vacanza a Roma, sconti a chi è tornato squattrinato dalle vacanze a Milano, con tanto di tam tam via sms.

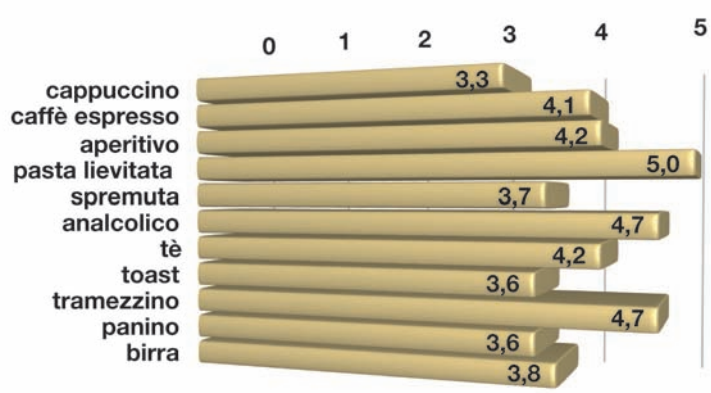
INFLAZIONE IN ITALIA %



Tramezzini e paste lievitate i prodotti che in agosto hanno registrato i maggiori aumenti di prezzo rispetto l'anno precedente.

fonte: elaborazione Fipe su dati Istat (ago 2008 vs ago 2007)

AUMENTI DEI PREZZI PER PRODOTTO %



fonte: elaborazione Fipe su dati Istat (ago 2008 vs ago 2007)

sconti per catturare nuovi clienti

La palma dell'idea più originale va al ristorante Antico San Michele di Massino Visconti, sulle alture del lago Maggiore, in provincia di Novara. Sono i clienti a stabilire quanto pagare in base alla qualità del cibo e all'efficacia del servizio. Il "brevetto" appartiene al ristorante di Mick Callaghan nei dintorni di Londra. «Ai clienti - spiega lo chef Alessandro Frigerio - lascio la libertà di decidere il prezzo in base al grado di soddisfazione. Escluse però le bevande».

Si sono spinti oltre i fratelli Cesare e Giacomo De Stefani, proprietari dell'omonima salumeria di Guia di Valdobbiadene che qui hanno rilevato un cascinale dell'800 e dato vita a un'originale formula di osteria che si distingue per la totale assenza di personale e per il conto, rappresentato da un'offerta libera che dipende esclusivamente dall'onesta degli avventori. L'azzardo è riuscito e a pochi mesi dall'inaugurazione l'osteria è già un punto di riferimento in zona per i tanti turisti.

C'è chi invece guarda alla Grande Distribuzione e fa propri strumenti fino a poco tempo fa appannaggio di supermercati e iper. Così la Card dei Sapori di 20 ristoranti top friulani costa 10 euro l'anno e dà diritto a sconti del 10%. Anche i 120 ristoranti del Buon Ricordo puntano sulla fideliz-

federdistribuzione.it • fipe.it • friuliviadeisapori.it • casacoste.it • butastupa.it • buonricordo.it • coldiretti.lombardia.it

zazione dei clienti. Nel 2009 saranno ammessi 8 nuovi ristoranti su 53 che ne hanno fatto richiesta. «Non imponiamo alcun vincolo sui prezzi - spiega il presidente Adriano Agnati - chi vuole entrare deve avere qualità e una linea di cucina tipica. La card dà diritto al cliente di ricevere un prodotto locale in omaggio».

«La prima falsità da sfatare è che per mangiare bene si debba spendere tanto - incalza Claudio Borroni, delegato dell'Accademia Italiana della Cucina -. La crisi dei consumi induce gli esercenti a battere nuove e interessanti strade. Ci sono bar che con 10 euro servono spuntini a mezzogiorno di altissima qualità, piatti unici e insalate con prodotti freschi, genuini, sempre diversi». Così il Ristorante Casa Coste a Collalto di Susegana (Treviso) propone menu a basso prezzo con gli indici di qualità nutrizionale certificati dall'Università Torvergata di Roma. Sono piatti della dieta mediterranea equilibrati in calorie, proteine, lipidi e glucidi. Più o meno simile è l'iniziativa dello chef Matteo Pisciotta che, nella sede Mediaset a Cologno Monzese, propone a meno di dieci euro piatti unici della tradizione (risotto giallo con osso buco, pasta alla Norma ecc.) indicando calorie, carboidrati, proteine, vitamine e fibre.

far girare la cantina, la mossa giusta

Ma altre voci del menu vanno tenute sotto controllo. In vino in testa. All'estero le iniziative degne di nota non mancano. Se vi siete mai recati in Australia, avrete potuto notare che molti locali e ristoranti riportano all'ingresso la sigla byo. Le tre lettere stanno per "bring your own", ovvero "porta il tuo": in questi locali è possibile andare a mangiare portandosi il vino da casa; al ristorante spetta solo un "corkage fee", una commissione sul tappo come contributo per il coperto. A Parigi da poco tempo è stato fondato il "Vin en Ville" club: in pochi mesi ha già ricevuto l'adesione di tremila iscritti e quella di 35 ristoranti tra i più rinomati della capitale francese. Questa nuova tendenza ha poche regole: basta chiedere il permesso al gestore del ristorante e pagare 5 euro per il diritto di tappo per degustare senza problemi il vino scelto con i piatti del ristorante.

In Italia simili iniziative stentano a decollare. Qualche temerario osa la mescita, mentre ha fatto scuola invece qualche anno fa il progetto Buta Stupa ("bottiglia stappata" in dialetto piemontese), tra i primi a introdurre l'idea il cliente possa portarsi a casa il vino avanzato al ristorante. Buta Stupa fornisce il packaging, sacchetti e tappi per confezionare la bottiglia da portare via. È un sistema per invogliare i clienti a ordinare vino pregiato senza doverne lasciare una parte al ristoratore. Con buona pace del ristoratore che non tiene capitale immobilizzato in cantina.

ridurre gli sprechi e lavorare per l'ambiente

Già perché qui non si tratta di ricondurre i consumatori al bar e al ristorante allettandoli con la scusa dei prezzi bassi, o perlomeno non è solo questo il punto. Per assicurarsi un incremento o una tenuta del fatturato bisogna lavorare sui costi fissi: meno scorte, meno fornitori, meno costi del personale. La Confesercenti di Padova lo raccomanda ai propri associati e la "ricetta" piace anche a Milano. «Se hai in lista 20 primi, devi avere tre chef per preparare solo quelli - spiega Alfredo Zini, vicepresidente vicario dell'Epam -. Se devi comprare agnello, vitello, manzo, coniglio e pollo qualcosa alla fine non lo utilizzi. Bisogna comprare meno, gestire meglio e ridurre lo scarto. Si può arrivare a risparmiare il 10-15% sugli acquisti». «Non è più tempo di comprare senza riflettere - osserva Gigi Simonazzi, responsabile economico della Coldiretti di Milano -. Avete mai pensato da dove arrivano i prodotti fuori stagione? Ve lo dico io: i fagiolini dalla Somalia, le arance da Tunisia e Marocco, le insalate dal sud della Spagna trattate con i fertilizzanti. Quanto costa portarli in Italia? Meglio consumare a costi energetici limitati». Non è un caso quindi che numerosi bar e ristoranti in tutta Italia stiano impostando la loro offerta sul cosiddetto "km zero". A Verona lo fa la gelateria San Zeno di Roberto Bonato: «Acquistiamo ciliege in alta Valpolicella, miele di castagno del Garda, grappa di Bardolino, pesche di Valeggio sul Mincio, fichi neri, lamponi e mirtillo selvatico della Lessinia - spiega - con la filiera corta risparmio un buon 30-40% e posso fare prezzi al pubblico più convenienti».

le buone idee si trasformano in denaro

«Il cliente bisogna andarselo a cercare - teorizza Graziano Giannessi, presidente dell'Ascom di Viareggio - Ryanair porta un milione di turisti l'anno a Pisa da tutto il mondo, un euro a viaggiatore. L'Indipendence è la nave da crociera più grossa del pianeta, porta a spasso 4 mila passeggeri per volta e fa scalo a Livorno. Così è nata l'idea. L'Ascom e l'assessore comunale al turismo hanno contattato i brocker delle agenzie di turismo che lavorano con lo scalo di Pisa e il porto di Livorno. Offriamo il pacchetto mare, gastronomia, arte e concerti per 500 persone a Torre del Lago in ogni ora del giorno. Puccini all'estero è più famoso di Bill Gates. Basta organizzarsi, avere un po' di lungimiranza e muoversi per tempo».

ha collaborato Sergio Redaelli

riassumendo possibili direzioni di lavoro

All'inizio di quest'inchiesta ci siamo posti una domanda: come affrontare la congiuntura negativa e rilanciare i consumi? Ambizioso certo l'intento ma non impossibile, considerati gli innumerevoli esempi che vi abbiamo riportato. Il passo successivo da compiere è individuare, al di là dei singoli casi, le possibili vie di uscita.

fidelizzare, la nuova parola d'ordine

Sconti studenti, promozioni del giorno, menu speciali e carte fedeltà non devono essere semplici specchietti per le allodole. Dietro ci deve essere la garanzia di serietà e competenza affinché l'avventore occasionale diventi ospite fisso.

lavorare sul tipico in partnership

La tipicità è un patrimonio che va preservato. E la valorizzazione dei prodotti di un territorio oggi assume anche un valore in termini di sostenibilità: sono ridotti i costi da inquinamento. Ma si può fare di più. Creare un vero e proprio sistema virtuoso tra pubblici esercizi e aziende del territorio, attraverso serate a tema, incontri, degustazioni guidate.

razionalizzare gli approvigionamenti

Il magazzino e la cantina sono voci importanti nel bilancio di un ristorante. Occorre razionalizzare le scorte: il che significa fare acquisti mirati e rispettare la stagionalità.

sapersi promuovere

Lavorare bene senza farlo sapere, sarebbe sciocco. La tecnologia oggi aiuta i professionisti dell'ospitalità: internet, sms, video sono strumenti che vanno sfruttati.

LE IDEE CHE RENDONO

	FATTURATO(%)	VANTAGGI
SCONTISTICA		
E PROMOZIONI	10	efficienza magazzino
		riduzione degli sprechi
ABBONAMENTI	10-15	liquidità immediata
		fidelizzazione
MENU CORTO	15	selezione fornitori
		riduzione personale
FILIERA CORTA	20-30	risparmio energetico
		economie di scala

Fonte: elaborazione interviste Bargiornale