

BAR E RISTORANTI LA TAVOLA È RICCA

Il fatturato dei pubblici esercizi tocca 41 miliardi,
più di agricoltura e industria alimentare insieme.
Ma serve più managerialità. Il modello Langosteria

di **Isidoro Trovato**

La ristorazione, con 41 miliardi di euro di valore aggiunto, è il settore trainante della filiera agroalimentare italiana, più importante di agricoltura e industria alimentare. Sono i dati che emergono dall'ultimo Rapporto ristorazione della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi): le famiglie nel 2017 hanno speso per mangiare fuori casa oltre 83 miliardi di euro, il 3% in più dell'anno scorso. Tra i punti di maggiore interesse evidenziati dal rapporto, le ragioni del fenomeno: l'impatto della crisi sui consumi alimentari in casa ha fatto in modo che il peso della ristorazione sul totale della spesa alimentare guadagnasse ancora qualche posizione.

A preoccupare, invece, è l'elevato numero di aziende che chiudono e un tasso di produttività che resta sotto i livelli precrisi. Resta elevato il turnover imprenditoriale: nel 2016 hanno avviato l'attività 15.714 imprese, mentre circa 26.500 l'hanno cessata, con un saldo negativo per oltre 10 mila unità. Nei primi nove mesi del 2017 le nuove aperture sono state 10.835 e le chiusure 19.235, con un saldo negativo pari a 8.400 unità.

Il digitale

A questo si aggiunge un altro elemento di complessità legato all'uso della tecnologia: solo il 40% dei ristoranti utilizza strumenti digitali per la gestione dei processi aziendali. Quasi tutti leggono però le recensioni sui social.

«Il business della ristorazione è sempre più complesso e selettivo», spiega Enrico Bonocore, ceo di Langosteria holding, il gruppo nato a Milano nel 2007 e che ha chiuso il 2017 con un fatturato di 18 milioni, in crescita del 50% rispetto ai 12,2 dell'anno precedente. Una delle realtà recenti della ristorazione italiana che ha costruito un modello diverso. «Abbiamo creato un brand e uno stile tutto nostro — racconta Bonocore —. Esiste un hub Langosteria in cui si lavora sulla creatività in cucina, sull'affi-

dabilità dei fornitori, sull'arredo e le stoviglie. Se ci si vuole distinguere, bisogna garantire servizio, qualità delle materie prime ma senza trascurare alcun dettaglio: anche l'illuminazione può cambiare il volto di un locale. Abbiamo un management per la selezione delle risorse umane, per la manutenzione dei locali, per il marketing. Nei nostri quattro ristoranti gestiamo più di 700 prodotti non si può improvvisare e nulla può essere lasciato al caso».

La produzione

Passando al tema della produttività, l'Italia sconta un tasso di crescita in sostanziale stagnazione da circa un decennio. La produttività delle imprese della ristorazione non soltanto è bassa, ma anziché crescere si riduce, e attualmente è al di sotto di quasi sei punti percentuali rispetto al livello raggiunto nel 2009. Frutto di una difficoltà del settore a programmare investimenti a lungo termine. «La progettualità ha bisogno di

una tempistica: non si possono programmare investimenti solo in base agli incassi di una stagione — continua Bonocore —. Per il 2018 noi abbiamo pianificato da tempo il consolidamento delle realtà già esistenti. Inoltre a metà aprile abbiamo in programma la riapertura di Langosteria Paraggi e in estate effettueremo importanti lavori di ampliamento del Bistrot. Una parte significativa della nostra attività sarà dedicata poi alla creazione di un vero e proprio hub nella nuova sede di rappresentanza di Milano».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Emergenti

Enrico Buonocore, ceo di
Langosteria Holding

La ristorazione in Italia



Cucina di famiglia e tradizione sarda, un mix vincente

Giancarlo Deidda è il padrone di casa dello storico ristorante «Dal Corsaro al Mare» di Cagliari. Vulcanico e intraprendente, viene considerato un punto di riferimento della cultura gastronomica isolana. Le sue radici affondano nel cuore delle miniere di Montevecchio, dove la sua famiglia ha origine, ma Cagliari è il cuore della sua attività, con i suoi colori e sapori che sposano il mare e la terra e che rimangono ancorati a una tradizione culinaria secolare e generosa.

Deidda si definisce un oste sardo di seconda generazione, dopo la laurea in economia e un breve passaggio in uno studio di commercialista, la scelta della ristorazione come business. «Perché serve competenza — afferma Deidda — bisogna fare innovazione di processo senza smarrire la tradizione, inserendo tutte le tecnologie oggi disponibili senza perdere l'ispirazione che viene da un territorio come il mio: grande qualità della materia prima, sguardo puntato sulla "cucina di famiglia" dei sardi e sulla diversità tra la cucina del mare e delle zone interne, oggi forse si direbbe fusion, e una particolare attenzione all'efficienza del servizio», spiega Deidda.

Nelle aziende spesso il passaggio di consegne dalle vecchie alle nuove generazioni non è semplice: nel mondo della ristorazione avviene lo stesso? «Credo che i grandi successi degli ultimi anni della ristorazione italiana passino proprio attraverso esperienze diverse di formazione — aggiunge Deidda —. Occorrono strumenti e idee per seguire l'evoluzione del mercato, interpretare le tendenze senza perdere identità sia per venire incontro alle esigenze del turista che per la prima volta vuole incontrare i sapori e l'essenza di quel territorio, sia per accogliere quelli che ti conoscono da sempre».

Barbara Millucci

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dinastia tra i tavoli

Giancarlo Deidda dal 1986 guida il ristorante di famiglia, fondato dal padre, «Dal Corsaro»



Dall'home delivery all'«alta» rosticceria per giovani gourmet

«**A**bbiamo cercato di raggiungere una categoria di clienti che prima non avevamo, ossia i figli dei nostri avventori, ragazzi che hanno un budget di spesa dai 25 ai 30 euro e che amano mangiare fuori casa». È già un successo la Rosticceria, aperta pochi mesi fa da Tiziana Bulleri e Marco Monti, figlia e genero del celebre Giacomo Bulleri che con i suoi 93 anni e i suoi locali è un patrimonio gastronomico vivente della ristorazione toscana trapiantata a Milano.

Alla Rosticceria si gustano (sia in loco che take away) i piatti della tradizione; il locale ha richiesto un investimento di 450mila euro e ha completato la colonizzazione dei Bulleri di via Sottocorno: dal civico 6, sede dello storico ristorante Da Giacomo progettato dall'architetto Renzo Mongiardino, passando per gli adiacenti Bistrot, la Pasticceria gestita dalle figlie di Marco e Tiziana, Elena e Giulia, fino alla Tabaccheria con angolo bar e drogheria. Ci sono poi il Caffè Letterario a Palazzo Reale e il ristorante Arengario all'ultimo piano del Museo del Novecento. «Qualche anno fa — racconta Monti — abbiamo anche lanciato un nostro brand che comprende una selezione di prodotti di eccellenza: dall'olio di oliva fino alle peschiole, una conserva di pesche in salamoia da mangiare come aperitivo. D'altronde, diversificare il business si è rivelato fondamentale».

Una scelta, quella dell'espansione, ripagata nei numeri visto che il gruppo ha appena chiuso il bilancio a quota 12 milioni di euro. «Con la Rosticceria — conclude Monti — contiamo di crescere ancora. Anche perché Milano, se pur con ritardo, sta ormai seguendo l'esempio delle grandi metropoli, nelle quali si cucina sempre meno a casa. Anche per questo lavoriamo benissimo sia con il take away tradizionale che con i servizi di delivery. E apriremo anche un nuovo ristorante in Versilia».

Carlotta Clerici

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Milano chiama Versilia

Marco Monti, genero di Giacomo Bulleri gestisce i locali del celebre chef toscano

