



Stoppani (Fipe): «I ristoranti italiani all'estero una vetrina dell'agroalimentare nazionale»

Giornata ristorazione

Valore aggiunto a 59 mld

Enrico Netti

Presidente, come andrà la prossima stagione estiva per il sistema della ristorazione, periodo che rappresenta l'altissima stagione? Lino Enrico Stoppani, presidente di Fipe-Concommercio, riflette per qualche istante e fa una premessa. «Oggi è la "Giornata della ristorazione" vetrina del made in Italy e appoggiamo il progetto del ministro Lollobrigida per fare diventare la cucina italiana patrimonio dell'Unesco. La ristorazione è l'elemento più apprezzato dai turisti stranieri e per molti di loro il cibo, l'esperienza food nel nostro Paese è la prima motivazione del viaggio».

Stoppani vuole anche lavorare oltreconfine per fare diventare i migliori ristoranti italiani all'estero una vetrina dell'agroalimentare nazionale. Questi imprenditori nel 2024 hanno acquistato circa 10 miliardi di euro di prodotti agroalimentari made in Italy e lottano contro i piatti fake e l'italian sounding. «La Giornata della ristorazione è anche un'occasione per ribadire l'urgenza di politiche che sappiano sostenere davvero il settore, ancora oggi privo di un disegno strategico, e di difendere le nostre imprese da una concorrenza sleale sempre più insidiosa. È arrivato il momento di evolvere dal concetto di Made in Italy a quello di Sense of Italy, che unisca bellezza, competenze, tradizione e innovazione in una visione generativa capace di dare prospettiva al Paese» rimarca il presidente.

Nel 2024 il comparto della ristorazione ha generato un giro d'affari complessivo di 169,3 miliardi. Di questi oltre 110 miliardi sono il valore di produzione con una spesa dei turisti stranieri pari a 11,3 miliardi mentre il valore aggiunto è di 59,3 miliardi. Gli occupati nel settore sono 1,5 milioni di cui quasi 1,2 milioni sono dipendenti e i rimanenti titolari di attività. «Sia-

mo un settore maturo ma con ampi spazi di crescita e rispetto ad altri settori la ristorazione offre una maggiore flessibilità. In più abbiamo valori storici che rafforzano il valore del made in Italy, siamo un elemento essenziale per la filiera agroalimentare da cui acquistiamo ogni anno prodotti per oltre 20 miliardi mentre nel biennio 2024-2025 stimiamo, tra investimenti già fatti e quelli programmati, una spesa di 5 miliardi».

Il 2025 però è partito maluccio, con un leggero calo dei consumi fuori casa nel primo trimestre seguita dalla ripresa (+1,3%) ad aprile, mese del lungo ponte pasquale. «C'è stata una flessione della domanda dell'1,2% rispetto il corrispondente periodo del 2024 - commenta il presidente -. Contiamo in un recupero nel corso dei prossimi mesi ma non sarà facile andare oltre un punto percentuale in termini reali».

Un campanello d'allarme dopo un 2024, in cui le visite nei pubblici esercizi hanno segnato un +0,4% mentre i consumi fuori casa, secondo le rilevazioni di Circana, hanno visto l'aumento della spesa del 3% rispetto l'anno precedente. Le analisi di Circana tra l'altro evidenziano un aumento dell'elasticità della domanda rispetto al prezzo. In altre parole i clienti cambiano e adattano le abitudini di consumo fuori casa in base ai prezzi: il 60%, per esempio, ha ridotto la frequenza delle uscite scegliendo locali con un migliore rapporto prezzo-qualità.

«Si vede qualche segnale di rallentamento legato alla geopolitica, causa una maggiore volatilità alimentata dalla guerra dei dazi e dai conflitti in corso - ricorda Stoppani -. Ci sono poi fenomeni contingenti come l'arrivo dell'amministrazione Trump che ha prodotto un forte indebolimento del dollaro. Noi viviamo anche di turismo Usa clientela alto spendente e così perdiamo competitività perché una quota di americani andrà alle Bahamas o dove possono pagare la vacanza in dollari. È un fattore d'incertezza che pesa sulla stagione estiva: il Salone del mobile è andato bene ma non benissimo e la moda risente delle difficoltà dei mercati. Sono molto cauto

nel fare previsioni ma siamo un settore partner del turismo e l'agroalimentare, rafforziamo il valore del made in Italy ma riceviamo meno attenzione dalla politica perché abbiamo minore capacità di mobilitazione».

Nel 2024, secondo i dati della Federazione, i turisti stranieri hanno speso 11,3 miliardi in bar, ristoranti, pizzerie e pub alla scoperta delle specialità della cucina italiana. Tutto bene? Non proprio ascoltando il presidente Fipe mentre avverte: «C'è un eccesso d'offerta favorito dalle lenzuolate di Bersani che avrebbero dovuto favorire la concorrenza a vantaggio dei consumatori ma alla fine hanno aperto una voragine con la dequalificazione delle nostre attività».

Come uscirne? «La ricetta ideale sarebbe ridurre la concorrenza» è la risposta. Questa è una battaglia che Fipe porta avanti da anni contro le diseguaglianze tra pubblici esercizi e chi offre lo stesso servizio come, per esempio, le attività di vicinato, lo street food, gli agriturismi, le sagre senza dovere seguire gli stessi impianti e obblighi normativi e fiscali dei primi. In più il settore deve affrontare altre situazioni più difficili. «Abbassando i vincoli alcune attività sono diventate dei paraventi per il riciclo di denaro sporco senza dimenticarsi che la criminalità "investe" nel settore. Ci sono poi la mala movida e le diverse patologie portate dal cibo spazzatura e dall'abuso di alcool - ricorda Stoppani -. A tutto ciò si deve aggiungere il nodo della profittabilità che diminuisce e i profitti delle aziende non riescono a remunerare il capitale investito, il costo del lavoro e gli investimenti».

Qui il presidente rimarca le principali voci di costo dal "pesantissimo" affitto dei locali, quello del personale, l'energia «siamo imprese energivore e questa voce ormai si avvicina al peso degli affitti» oltre alla fiscalità e gli oneri di sistema.

Sul fronte della fidelizzazione del personale è arrivata la tassazione agevolata delle mance mentre si lavora all'adeguamento dei pos per facilitare l'erogazione delle mance con i pagamenti digitali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il 2025 è partito
al rallentatore,
con un leggero calo
dei consumi fuori casa
nel primo trimestre**



Attrazione turistica. Nel 2024, i turisti stranieri hanno speso 11,3 miliardi in bar, ristoranti, pizzerie e pub alla scoperta delle specialità della cucina italiana

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



072377