

HRT

HOTEL RESTAURANT TRENDS

La ristorazione ai tempi del Coronavirus





La ristorazione ai tempi del Coronavirus

A cura di Stefano Bonini

“**C** è un limite oltre cui nessuno riesce a restare sospeso nel vuoto senza farsi prendere dal panico”. Questa frase di Andrea De Carlo rende perfettamente l’idea del momento che stiamo vivendo: la sospensione in un “vuoto” prodotto da quella sensazione di paura che sta colpendo tutti noi e da cui non sono certamente indenni gli operatori della ristorazione, anzi. La situazione di incertezza, smarrimento e frustrazione che stanno vivendo ristoratori (e albergatori) è qualcosa di sconosciuto e ignoto. Non ai più, ma a tutti, e

proprio a tutte quelle oltre 300mila imprese con circa 1,5 milioni di lavoratori e in grado di generare un valore aggiunto di 90 miliardi di euro per il nostro Paese. Abbiamo sentito numerosi albergatori e ristoratori in questi giorni di difficoltà, per avere la loro impressione sugli effetti che questa spaventosa emergenza sanitaria sta avendo non solo su di loro personalmente, ma anche sulle rispettive attività. Il senso di disorientamento è latente così come l’assoluta impreparazione ad affrontare operativamente, economicamente e finanziariamente questa



“cosa” che, secondo il Centro Studi della FIPE, farà perdere nel 2020 alle attività di ristorazione italiane oltre 8 miliardi di euro. Del resto il settore turistico, quello dell'ospitalità e della ristorazione, sono indubbiamente tra i più colpiti e ne porteranno a lungo delle cicatrici che ci metteranno un po' di tempo ad andarsene e scomparire del tutto.

L'arresto di tutta l'attività rappresenta un colpo pesantissimo che, in tanti casi, potrebbe addirittura essere mortale per le aziende ristorative in particolare, solitamente poco capitalizzate e particolarmente dipendenti dal cash flow. Senza precise regole del gioco, senza conoscenza alcuna dei tempi nei quali questo

virus uscirà di scena, sono state costrette a chiudere, dovendo però continuare a pagare gli stipendi (laddove non è intervenuta la cassaintegrazione) per salvaguardare il proprio staff e quindi tutelare il proprio patrimonio professionale.

Le nostre aziende ristorative sono troppo piccole e troppo fragili per reggere a lungo l'impatto del CoVid-19, i cui effetti dovrebbero sentirsi fino al mese di maggio, nella più ottimistica delle previsioni. Le loro caratteristiche strutturali non consentono adattamenti rapidi e repentini a situazioni di emergenza come questa. E al momento in cui scrivo la situazione appare piuttosto buia, con tutte le attività ristorative chiuse, eccetto quelle nei pochi alberghi rimasti aperti (il ristorante all'interno degli hotel può servire i clienti alloggiati, i rari rimasti per motivi di lavoro), e una certezza: ricavi vicino allo zero per tutto il mese di marzo... a meno che non ci si sia riconvertiti al delivery (come hanno fatto anche alcuni ristoranti stellati). E per aprile le previsioni non volgono al bello, vista l'evoluzione del virus.

Speriamo quindi di sbagliarci, e di essere smentiti, ma temiamo di vedere numerosi ristoranti abbassare per sempre le proprie saracinesche nell'immediato futuro. Stellati o meno che siano, perché questa crisi è destinata a cambiare molte cose, a cominciare proprio dalla ristorazione. Si stanno rivalutando molte cose, i valori e i fondamentali sociali, e soprattutto le priorità di ciascuno di noi, per cui componenti effimere della vita quotidiana, come può essere erroneamente considerata la ristorazione alta di gamma, soprattutto se “frou frou e caricaturale” più di facciata che di sostanza, quando tutto questo sarà finito dovranno obbligatoriamente ridefinirsi nei fondamentali.

Al centro di tutto tornerà ad esserci il cliente, il suo piacere e la sua soddisfazione. Accoglienza, cordialità, servizio... ma soprattutto l'empatia dovranno essere i valori su cui costruire il rilancio della ristorazione, e di tutte le componenti dell'ho.re.ca. Perché alla fine di tutto una certezza l'abbiamo:

noi siamo fatti per stare in gruppo, per relazionarci con gli altri e la qualità di queste relazioni con gli ospiti sarà determinante, anche per la ripartenza delle aziende ristorative.

