

# Ristorazione, luci e ombre «Imprese familiari a rischio»



L'incontro organizzato da **Ascom**

## La giornata nazionale

All'incontro organizzato da **Ascom** il punto sul settore. L'arrivo dei grandi marchi incide sulle piccole attività

— L'enogastronomia rappresenta uno dei principali attrattori turistici, ma il futuro della ristorazione presenta molte ombre e tutti insieme si punta a salvare imprese familiari e ricette della tradizione. Il convegno «Enogastronomia e ospitalità, tipicità e identità di un territorio», organizzato per la «Giornata nazionale della ristorazione», ha fatto il punto sul comparto. «Stiamo affrontando problemi annosi, dalla mancanza di personale alla sostenibilità economica - ha fatto presente Petronilla Frosio, presidente del gruppo ristoratori di **Ascom Confcommercio Bergamo** -. Gli chef vanno sostenuti perché sono i veri ambasciatori del territorio, capaci di trasformare le materie prime in piatti unici».

Il questionario sottoposto da **Ascom** a un centinaio di visitatori negli alberghi di Bergamo evidenzia come più di un terzo è venuto per visitare la città e ben il 17,6% ha scelto la destinazione per la vicinanza dell'aeroporto.

Quattro intervistati su 10 ritengono molto importante l'enogastronomia come fattore di scelta e nei ristoranti frequen-

tati più di un terzo ha assaggiato la cucina tipica del territorio con voti particolarmente lusinghieri (il 40% la giudica eccellente, mentre è buona per il 55%).

Due turisti su tre hanno bevuto vino del territorio, valutato eccellente dall'83,3% degli stranieri, mentre la quasi totalità degli intervistati ha trovato una proposta di prodotti del territorio per la prima colazione in hotel. Il direttore dell'associazione, Oscar Fusini, ha ribadito come «dal questionario sia emersa l'importanza dell'enogastronomia come attrattiva turistica. Guardando al futuro ci interroghiamo sulla sostenibilità delle attività familiari che stanno pagando pegno a causa di un'offerta crescente da parte dei marchi della ristorazione, un po' come è accaduto 25 anni fa nel mondo del commercio con l'arrivo della gdo e delle grandi superfici di vendita. Probabilmente stiamo vivendo un effetto bolla conseguente al post pandemia - ha concluso Fusini -. Nei prossimi mesi i consumi potrebbero stabilizzarsi con inevitabili conseguenze su molte attività». Per Roberta Garibaldi, vicepresidente del Comitato turismo dell'Ocse, «le food experience sono centrali nei viaggi degli europei e sarà importante difendere i piatti della tradizione». Mauro Carbone, direttore del centro nazionale studi del tartufo di Alba ha portato l'esempio vissuto in Piemonte «dove al tartufo affianchiamo esperienze e racconto del territorio per promuovere il made in Italy». Per il critico gastronomico Valerio Massimo Visintin «oggi vengono minate le gestioni familiari e la quasi totalità del personale è giovane: servono formazione e prospettive di carriera».

**Giorgio Lazzari**



Superficie 13 %