

19 Marzo 2015

## La crisi fa crescere i pubblici esercizi in città, ma il turnover resta elevato

Nonostante la congiuntura sfavorevole, il food continua ad attrarre nuove imprese. Tra locali, take away e negozi alimentari in città spuntano nuovi distretti gastronomici



Crescono i locali in città. Nonostante la crisi continuano ad aprire

ristoranti, bar, take away, enoteche e birrerie. Negli ultimi cinque anni i dati Ascom evidenziano un balzo dell'11,3% nel settore della somministrazione di cibo e bevande, con 57 nuove attività avviate tra il 2009 e il 2014. L'anno scorso il comparto della somministrazione e ricettività- alberghi inclusi- si è chiuso con il segno più: rispetto al 2013 le attività grazie a 560 aperture il comparto è cresciuto del 3%. I negozi alimentari crescono, in controtendenza con quelli che trattano altri generi, in particolar modo abbigliamento e calzature, che hanno risentito in particolar modo del calo dei consumi.



Il commercio alimentare registra un + 6,85% confermandosi un settore attrattivo per nuovi imprenditori. «Dopo anni di crisi, l'alimentare attrae nuove imprese che cercano di affermarsi e di trovare nuove nicchie di specializzazione- spiega **Oscar Fusini**, vicedirettore Ascom-. I pasti fuori casa sono in crescita e gli esercizi cittadini moltiplicano l'offerta. Vanno per la maggiore formule agili e veloci: il tempo delle pause stringe, il budget per i pasti si riduce, e si finisce col mangiare spesso in piedi». Dall' hamburgeria alle tigelle, dalla polenteria alle zuppe, dal vegano al frullato vitaminico, c'è solo l'imbarazzo della scelta: «Oltre alla diversificazione dell'offerta, uno dei fenomeni più evidenti è la concentrazione degli esercizi in particolari aree della città- continua Fusini-. Si sta sempre più affermando l'idea di polo attrattivo, attraverso dei piccoli distretti gastronomici. Non c'è più il timore della concorrenza ma, anche sulla scorta di quanto avviene nel resto d'Europa, maggiore è la possibilità di scelta più forte diventa il passaggio di potenziali clienti».