

L'intervista

# Passato, presente e futuro

Con il neo eletto presidente di Aigrim, **Cristian BIASONI**, abbiamo fatto il punto della situazione nel mondo della ristorazione multilocalizzata

di M.L.Andreis

**Aigrim** è l'Associazione Imprese Grande Ristorazione Multilocalizzate. Nasce nel 2013 per raggruppare, in seno a Fipe - Confcommercio, le imprese che effettuano attività di somministrazione di alimenti e bevande nei centri urbani, nei centri commerciali, nelle aree di servizio autostradali, negli aeroporti, nelle stazioni ferroviarie e marittime ed in altri siti in concessione. Le aziende associate impiegano più di 30.000 dipendenti, contano su oltre 3 miliardi di ricavi e gestiscono più di 3.000 punti di ristoro in tutto il territorio nazionale, sia in forma diretta che in franchising. Di recente **Cristian**



**CRISTIAN BIASONI**,  
Presidente Aigrim

**Biasoni**, Ad di Chef Express, ne è stato designato presidente.

A lui, in questa fase di riapertura abbiamo chiesto di fare il punto della situazione del mercato che Aigrim rappresenta. Ecco cosa ci ha detto parlando di ripresa, difficoltà persistenti, sviluppo digitale, nuovi modelli e abitudini di consumo, per poi lasciarci con una domanda (dalla risposta scontata).

### **Ristorazione e pandemia tra passato presente e futuro: facciamo il punto presidente?**

Come è ormai evidente, i settori della ristorazione, dell'ospitalità e del trasporto sono stati quelli maggiormente colpiti a livello mondiale, nei lockdown ma anche nei mesi successivi, quando le varie fasi gradualmente di liberalizzazione hanno mantenuto forti vincoli sulle attività, al punto che i primi mesi del 2021 sono risultati peggiori dell'anno precedente, dove almeno si era potuto

lavorare nei due mesi iniziali dell'anno. L'operatività attuale è caratterizzata ancora dalla mancanza del turismo internazionale e la situazione è molto variegata a seconda dei canali. C'è un quasi ritorno alla normalità nella ristorazione commerciale nelle aree urbane, mentre si mantiene una forte sofferenza nei canali delle concessioni, nelle stazioni aeroportuali e aree autostradali. Quest'ultimo segmento è particolarmente penalizzato, perché opera erogando servizi di pubblica utilità (ad esempio la gestione dei bagni delle aree di servizio) i cui oneri sono totalmente a carico degli operatori food/oil. In più, purtroppo, abbiamo verificato che a fronte di una ripresa del traffico autostradale più rapida rispetto agli altri canali, non si registra una proporzionale ripresa nel comparto della ristorazione, per effetto di una mutata e inferiore propensione al consumo del viaggiatore. Paradossalmente è

il settore più penalizzato, non per le vendite che hanno subito cali percentuali inferiori ad altri canali, è stato quello della ristorazione autostradale: caratterizzati da costi fissi di gestione elevatissimi col traffico azzerato durante il lockdown e fortemente ridotto negli altri momenti, questi punti vendita sono dovuti rimanere comunque aperti, svolgendo un ruolo di pubblica utilità: un obbligo, a cui però non è corrisposto un riconoscimento specifico in termini di risarcimenti o ristori, come è stato per altri settori.

### **Suggerimenti per superare l'impatto in questo segmento?**

Oggi il settore è ormai allo stremo. Quello che chiediamo sono interventi risolutivi per riequilibrare i piani economico finanziari delle aziende del settore e consentire la sostenibilità delle attività. Interventi che si possono riassumere in a) proroghe delle scadenze delle attuali concessioni di non meno di 36 mesi, b) agevolazioni fiscali quali credito di imposta sulle concessioni, c) razionalizzazione della rete che è ora più che mai sovradimensionata per il mercato attuale e dei prossimi anni. Sottolineo che la maggior parte dei concessionari autostradali sono concordi sulle proroghe, perché sostanzialmente a costo zero per loro e per lo Stato, ma serve un intervento del governo per superare i relativi aspetti burocratici e amministrativi. Non chiediamo privilegi, ma il semplice riconoscimento che in uno stato di emergenza servono provvedimenti straordinari, certamente limitati nel tempo.

### **Come si è evoluto il tema delle subconcessioni e degli investimenti ad esse collegati nell'ultimo anno?**

Tutto il settore delle concessioni si reggeva su piani economico finanziari il cui sottostante erano flussi di traffico ormai del tutto inverosimili. Nel 2020 è stata avviata un'intensa interlocuzione con i vari enti concedenti e si è giunti, in quasi tutte le situazioni, a un



punto di equilibrio. Oggi, secondo le più autorevoli proiezioni, siamo certi che prima del 2025 non si tornerà ai livelli pre-pandemia, quindi sono necessari ulteriori interventi.

### **Previsioni di medio termine per quanto attiene al mercato del fuoricasa italiano?**

Riteniamo che prima del 2025 non si tornerà ai livelli del 2019. Pesa la situazione sanitaria che, seppur fortemente migliorata grazie al successo della campagna vaccinale, rimane non risolta del tutto, come dimostra la situazione creatasi con le nuove varianti in Gran Bretagna. Conseguentemente i flussi turistici internazionali stentano a ripartire. In più, alcune abitudini temporanee quali smart working, videocall etc, si sono consolidate determinando un calo del traffico business e conseguente calo di tutto il relativo indotto (ristorazione fuori casa, hospitality, viaggi etc.).

### **Quale attività sta svolgendo**



### **Aigrim per rappresentare gli interessi e le richieste dei suoi associati?**

Il nostro è un ruolo di cerniera tra i concedenti – pubblici o privati – e le istituzioni, rappresentando un settore specifico che è cresciuto moltissimo negli ultimi anni ma che ancora non è compreso appieno nel suo ruolo strategico anche per il sistema Paese. Stiamo lavorando pertanto a stretto contatto con FIPE per portare avanti nei vari tavoli tecnici e istituzionali tutte le richieste del settore.

### **Come sta cambiando l'offerta ristorativa per assecondare la voglia di socialità e le esigenze dei consumatori in movimento, tenendo conto al contempo delle esigenze di sicurezza che permangono?**

Vedo i consumatori molto più consapevoli e attenti nella scelta delle location ove consumare. Privilegiano locali ampi, gestiti con attenzione alle regole anche sanitarie. Evitano contatti inutili o eccessivi, con maggiore attenzio-

ne alla qualità di prodotti e servizio. Le aziende, soprattutto quelle strutturate, l'hanno capito subito e stanno adeguando i loro formati ristorativi. L'esperienza fisica è evidentemente preponderante, ma la componente digitale sta crescendo e sta diventando sempre di più uno strumento per comunicare e relazionarsi con il cliente oltre che facilitatore dell'erogazione dei servizi sul pdv.

### **Quale la posizione di Aigrim e/o cosa pensa lei personalmente delle crescenti polemiche legate alla difficoltà a reperire personale nell'ambito della ristorazione, in particolare dopo la pandemia (e, qualcuno dice, a seguito dell'entrata a regime del reddito di cittadinanza...)?**

Il mio punto di vista è il punto di vista obiettivo del settore, la ristorazione è in forte difficoltà a reperire personale, soprattutto stagionale.

Le motivazioni sono molteplici e non escludo che i vari strumenti di supporto al reddito erogati possano aver contribuito. Del resto lei verrebbe a lavorare in uno dei nostri punti vendita in autostrada, con gli orari e i periodi lavorativi più intensi che corrispondono ai periodi ove normalmente le persone vanno in vacanza (ferie estive, week end, ponti etc.) se potesse guadagnare cifre "simili" stando a casa?

Una risposta quella con cui Biasoni conclude la sua disamina che non ha bisogno di commenti. Ma di cambiamenti!