

## Prove di ripresa e voglia di qualità

**I** NUTILE FAR FINTA DI NIENTE: il primo quadrimestre del 2009 è stato per il mercato mondiale tra i più difficili del Dopoguerra; il nostro Paese non ha fatto eccezione, sebbene per certi versi la crisi abbia investito l'economia italiana con forme meno virulente di quanto abbia fatto con altre economie occidentali. Di contro ci si è messa una calamità naturale che ha mietuto centinaia di vittime e piegato l'economia di una bella regione dell'Italia centrale. Alla luce della situazione economica e della sciagura che ha colpito l'Abruzzo è difficile non guardare al primo scorcio dell'anno con ansia e con preoccupazione.

Eppure, se focalizziamo lo sguardo sul settore dell'*Hotellerie* e della Ristorazione, non riusciamo a essere pessimisti: le fiere e gli eventi ai quali abbiamo partecipato ci hanno reso infatti il quadro di un canale – l'Horeca – tutt'altro che rassegnato alle conseguenze di un mercato condizionato dal segno negativo.

Le prime rassegne enogastronomiche dell'anno hanno evidenziato, da un lato, la grande consapevolezza delle aziende, quanto mai attente a mettere in vetrina e a valorizzare la qualità della loro produzione; dall'altra, la crescente sensibilità dei consumatori nei confronti dell'eccellenza enogastronomica, ben testimoniata dal grande interesse con il quale il pubblico ha risposto agli eventi e alle manifestazioni fieristiche.

**PIAZZA ITALIA.** Dietro quello che potrebbe sembrare semplicemente un'indicazione topografica si nasconde un progetto tutto italiano che già da qualche mese ha preso le mosse a Pechino.

L'iniziativa, frutto del lavoro di un'importante gruppo di aziende nazionali, ha permesso di aprire nel centro della capitale un *flagshipstore* che offre ai consumatori cinesi l'eccellenza enogastronomica italiana.

(*Piazza Italia, il gigante del Food&Drink che parla italiano ai cinesi*, pag. 46)

L'atmosfera che si è respirata tra gli *stand* del Sigep, della MIA e di Vinitaly ha confermato che la crisi c'è, ma anche che ne risentiranno pesantemente solo le realtà che non investono risorse sulla qualità della loro produzione. Inoltre, i consumatori italiani sono sì disposti a chiudere i rubinetti del consumo per far fronte alla congiuntura negativa, ma non sono disponibili a rinunciare all'eccellenza in fatto di cibo e di bevande. La crisi, insomma, potrebbe fungere da benefico setaccio nei confronti degli operatori meno attenti alla qualità dei prodotti e del servizio offerto.

OKbar celebra l'avvento della bella stagione con un redazionale dedicato a una delle ricette italiane più famose ed apprezzate al mondo, la pizza napoletana. E lo fa andando a scoprire nei vicoli del centro storico di Napoli alcuni dei locali che hanno scritto la storia di questo vero e proprio tesoro della gastronomia partenopea. Ne è emerso un quadro talmente ricco da riprometterci di tornare presto sull'argomento.

Siamo tornati inoltre a parlare di centri benessere, proseguendo l'itinerario intrapreso all'inizio dell'anno con il numero 17, approfondendo questa volta gli aspetti legati alle attrezzature che rendono possibile l'allestimento di una Spa.

Una nuova rubrica – L'avvocato risponde – introduce nelle pagine della nostra rivista e sul nostro sito il tema delle controversie che interessano i pubblici esercenti.

Ampio spazio è stato dedicato come di consueto alle aziende del settore e alle loro proposte. Un piccolo contributo in vista di una ripresa nella quale OKbar crede fortemente.

Buona lettura!

---

ANTONIO SCOGNAMIGLIO

---