



FEDERAZIONE
ITALIANA
PUBBLICI
ESERCIZI



RAPPORTO ATTIVITÀ FIFE 2018



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Prefazione

Il 2018 è stato un anno molto importante per la Federazione, ricco di iniziative e di attività a favore dei nostri associati effettuate in un contesto socio-economico di grande complessità. Il nuovo Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro, il primo dedicato esclusivamente ai Pubblici Esercizi, che ha introdotto una serie di cambiamenti normativi ed economici rilevanti, utili e coerenti con i bisogni e le aspettative di imprese e lavoratori.

La necessaria costruzione di rapporti di fiducia nell'interlocuzione con le nuove forze politiche, fatta di incontri, audizioni, momenti pubblici per spiegare le tante peculiarità del nostro settore. Gli approfondimenti ed il continuo monitoraggio del mercato, dovuto ad un contesto economico difficile e certamente complesso. Lo sviluppo di nuovi servizi, in grado di intercettare al meglio la continua evoluzione della domanda dei consumi alimentari fuori casa".

La costante ricerca di modalità di comunicazione più efficace verso le imprese del comparto, per poter rendere accessibili normative spesso complesse e trasferire la qualità del presidio sindacale sviluppato nell'interesse delle imprese rappresentate. Queste sono solo alcune delle sfide che la Federazione quotidianamente ha affrontato, grazie ad un lavoro coordinato e guidato dalla sua attenta dirigenza politica e "messo a terra" dalla struttura operativa.

Questo rapporto, intende rendicontare l'insieme delle attività svolte, per permettere ai tanti componenti della "rete Fipe" di essere consapevoli di come le risorse associative siano state indirizzate, le iniziative realizzate e quali sono i risultati conseguiti e quelli... su cui ancora insistere. Vuole essere da una parte un doveroso esercizio di trasparenza nei confronti degli stake holders della Federazione, ma dall'altra anche e soprattutto un documento utile per generare nuovi indirizzi, nuove idee, maggiori stimoli e ulteriore partecipazione alla vita associativa, nella consapevolezza che la complessità del momento, che le nostre imprese vivono quotidianamente, richiede a chi le rappresenta un supplemento di impegno ed un senso di piena e continua responsabilità.

Roberto Calugi
Direttore Generale



Lino Enrico Stoppani
Presidente



PRESIDENTE

Lino Enrico Stoppani



GIUNTA DI PRESIDENZA



Aldo Mario Cursano
Vice Presidente
Vicario



Ilario Perotto
Vice Presidente
Amministratore



Erminio Alajmo
Vice Presidente



Enzo Andreis
Vice Presidente



Giancarlo Deidda
Vice Presidente



Maurizio Pasca
Vice Presidente



Marco Buticchi
Fipe La Spezia



Rodolfo Citterio
Fipe Milano



Elio Dazzo
Fipe Venezia



Italo Di Cocco
Fipe Latina



Antonio Flamini
Silb



Antonio Capacchione
Sib



Matteo Musacci
Fipe Ferrara
Giovani
Imprenditori



**Emmanuele
Massagli**
Anseb



Riccardo Orlandi
Autogrill



Benedetto Stefani
Fipe Lucca



Antonella Zambelli
Fipe Varese
Donne
Imprenditrici



Enrico Meazzi
Presidente
Sindaci(*)

(*) senza diritto di voto

COMITATO DIRETTIVO

LINO ENRICO STOPPANI - PRESIDENTE
ALDO MARIO CURSANO - FIPE TOSCANA
ALESSANDRO TROLESE - FIPE PISA
ALFONSO BUONOCORE - FIPE VERCELLI
ANGELO MALOSSI - FIPE CESENA
ANTONELLA ZAMBELLI - FIPE VARESE DONNE IMPRENDITRICI
ANTONIO FLAMINI - SILB
ANTONIO SANTINI -
BENEDETTO STEFANI - FIPE LUCCA
LUCA MARCHINI - FIPE MODENA
DANILO CECCARELLI - FIPE GROSSETO
ELIO DAZZO - FIPE VENEZIA
EMMANUELE MASSAGLI - ANSEB
ENZO ANDREIS - AIGRIM
ERMINIO ALAJMO - FIPE VENETO
OLMO ROMEO - FEDERGIOCO
FABIO ZAMBELLI - FIPE REGGIO EMILIA
HERVE' RAMPAL - FLUNCH ITALIA
GAVINA BRACCU - FIPE OLBIA-TEMPIO
GIAMPIETRO FERRI - FIPE MANTOVA
GIANCARLO DEIDDA - FIPE SARDEGNA
GIORGIO QUARTO -
PAOLO CAPURRO - ANBC
GIOVANNI CICERI - FIPE COMO

GIUSEPPE SANTANTONIO - FIPE MATERA
ILARIO PEROTTO - VICE PRESIDENTE AMMINISTRATORE
ITALO DI COCCO - FIPE LATINA
MANFRED PINZGER - FIPE ALTO ADIGE
MARCO BUTICCHI - FIPE LA SPEZIA
MARIO MACCARONE - FIPE L'AQUILA
MATTEO MUSACCI - FIPE FERRARA GIOVANI IMPRENDITORI
MAURIZIO PASCA - SILB
MAURIZIO TASCA - FIPE RAGUSA
MORENO CEDRONI - FIPE ANCONA
CLAUDIO CAVALETTO - SERENISSIMA RISTORAZIONE
PAOLO ARTELIO - FIPE VERONA
PIERLUIGI CUCCHI - FIPE BERGAMO
PIERO GHISLA - FIPE SONDRIO
ANTONIO CAPACCHIONE - SIB
RICCARDO ORLANDI - AUTOGRILL
ROBERTO CARBONETTI - FIPE PIACENZA
LEOPOLDO GERBORE - FIPE VALLE D'AOSTA
RODOLFO CITTERIO - FIPE MILANO
CLAUDIO SERGIO ZUIN - FIPE ALTO PIEMONTE
VINCENZO PALMIERI - ANRF
CARLO ANDREA DALL'AVA - FIPE FRIULI VENEZIA GIULIA
MARCO CATERISANO - FIPE LECCO

Collegio dei Sindaci

ENRICO MEAZZI - Presidente
CLAUDIO FERRARO
GIANNI PICCHI
ANTONIO RIZZO - (supplente)
FILIPPO SEGATO - (supplente)

Collegio dei Proviviri

ANDREA LAZZARETTI - presidente dei Proviviri
RENATO GIACCHETTO
RICCARDO SCARSELLI
LUIGINO DE COLLE
BRUNO CRISTOFORI



Roberto Calugi
Direttore Generale



Luciano Sbraga
Vice Direttore Generale

SEGRETERIA E AFFARI GENERALI

Assistenza Presidenza e direzione - Supporto alle Associazioni nazionali - Informazioni per il territorio - Logistica
Supporto organizzazione



Marzia Risa
Responsabile



Barbara Falcone
Addetto alla segreteria



Pino Ambrosio
Addetto alla segreteria

SINDACALE E FORMAZIONE

Contrattazione collettiva - Mercato del lavoro e formazione - Previdenza e assistenza - Enti bilaterali - Sicurezza sul lavoro



Silvio Moretti
Direttore



Maria Cristina Pantanelli
Responsabile Formazione



Andrea Chiriatti
Addetto area

CENTRO STUDI E POLITICHE PER LO SVILUPPO

Analisi macroeconomiche (consumi, prezzi, occupazione) - Analisi di settore (Pubblici esercizi, turismo)- Indagini sulla congiuntura (sentiment delle imprese di ristorazione) - Note informative - Politiche per lo sviluppo



Luciano Sbraga
Direttore



Giulia Romana Erba
Specialista ricerche e indagini



Renata Romagnoli
Servizi e comunicazioni on line



Marco Morandotti
Marketing e supporto affari generali



Fulvia Piccinno
Eventi e progetti di sistema

LEGISLATIVO, LEGALE E TRIBUTARIO

Monitoraggio Legislazione d'impresa - Consulenza e assistenza legale - Incentivi alle imprese - Concorrenza - Tassazione e fiscalità



Roberto Calugi
Direttore



Giulia Rebecca Giuliani
Specialista Area legale, legislativo e tributario



Francesco Rebuffat
Addetto area

AMMINISTRAZIONE

Controllo di gestione - Contributi associativi - Contabilità e bilanci - Amministrazione HR



Loredana Cimicchi
Responsabile



Marzia Broccoli
Addetto alla contabilità



Luigi Goffredo
Addetto alla contabilità

ORGANIZZAZIONE

Cura le relazioni tra Fipe e le Associazioni Territoriali e tra la Federazione e i Sindacati Nazionali.



Roberto Calugi
Direttore



Claudia Berti
Addetto area

Indice

Consulenza legale, Relazioni istituzionali & lobbying	1
<i>Audizioni Fipe in Parlamento</i>	2
<i>Osservazioni Fipe sui progetti di legge</i>	3
<i>Proposte emendative Fipe</i>	4
<i>Incontri ministeriali, istituzionali e dossier informativi</i>	6
<i>Osservazioni sulle riforme dei codici del commercio regionali</i>	8
<i>Osservazioni sui regolamenti comunali</i>	9
<i>Risposte ai quesiti del territorio</i>	10
<i>Protocollo d'intesa con il Ministero Salute</i>	11
<i>SOS Buoni Pasto: assistenza ai soci</i>	12
<i>SOS Buoni Pasto: relazioni istituzionali</i>	13
<i>Vademecum Ispezioni Igienico Sanitarie</i>	14
<i>Webinar Allergeni e piattaforma</i>	15
<i>"Questioni di Asterisco" – congelato</i>	16
<i>Campagna anticontraffazione</i>	17
Lavoro & Relazioni sindacali	18
<i>Vademecum Ispezioni Lavoro e Sicurezza sul Lavoro</i>	19
<i>Il nuovo CCNL FIPE del 8 Febbraio 2018</i>	20
<i>Presentazione e diffusione CCNL FIPE</i>	21
<i>Convegno Presentazione CCNL FIPE</i>	22
<i>Trattativa per il rinnovo del Protocollo Bingo allegato a CCNL FIPE</i>	23
<i>Trattative per il rinnovo del CCNL Case da Gioco</i>	24
<i>Ente Bilaterale Nazionale del Turismo</i>	25
Formazione	26
<i>Ristorazione 4.0 la buona scuola è servita</i>	27
<i>Fipe Academy: crescere insieme</i>	28
<i>Lo sviluppo della persona nella formazione: vecchi e nuovi modelli</i>	29
<i>Accoglienza, qualità, sviluppo competitivo del turismo nel sistema Italia</i>	30
<i>Fipe 3.0</i>	31
<i>Protocollo Fei</i>	32
<i>Matera Capitale Cultura 2019</i>	33
<i>COESO - Competenze professionali per un'Elevata qualità nei Servizi Offerti</i>	34
Studi e ricerche	35
<i>Rapporto Ristorazione</i>	36
<i>Rapporto Movimprese</i>	37
<i>Rapporto Occupazione nei Pubblici Esercizi</i>	38
<i>Rapporto Occupazione nel Turismo</i>	39
<i>Congiuntura</i>	40
<i>Indagini sui consumi nelle ricorrenze</i>	41
<i>Indagine sul turismo estivo</i>	42
<i>Indagine sui consumi Fuori Casa</i>	43
<i>Indagine Spreco Alimentare</i>	44
<i>Indagine Qui! Group</i>	45
Politiche per lo sviluppo	46
<i>Fipe Business School</i>	47
<i>Fondo Est</i>	48
<i>SOS Recensioni</i>	49
<i>Vademecum Allergeni "cambiamo prospettiva"</i>	50
<i>Rimpiattino</i>	51
<i>Prenotazioni e recensioni on line</i>	52

<i>Il Web è Servito</i>	53
<i>Guida di Business Gelateria</i>	54
<i>Fipe - Banca Intesa</i>	55
<i>Food Delivery</i>	56
<i>Assistenza al territorio, comunicazione, fiere</i>	57
Organizzazione	58
<i>ANBC – Associazione Nazionale Banqueting e Catering</i>	59
<i>Gruppo Giovani Imprenditori Fipe</i>	60
<i>Piani di sviluppo della base associativa</i>	61
<i>Assistenza alle associazioni nazionali</i>	62
<i>Al bar e ristorante scelgo io!</i>	63
Contesto internazionale	64
<i>Hotrec</i>	65
<i>National Restaurant Association</i>	67
<i>Fondazione Gualtiero Marchesi</i>	68
Comunicazione	69
<i>Sito www.fipe.it</i>	70
<i>Social Network</i>	72
<i>Newsletter</i>	78
<i>Comunicazione tradizionale</i>	79
Fiere	85
<i>SIGEP: Rimini 20-24 gennaio</i>	87
<i>CUCINARE: Pordenone 10-13 febbraio</i>	87
<i>BIT: Milano City 11-13 febbraio</i>	88
<i>RISTOREXPO: Erba 4-7 marzo</i>	88
<i>GOURMET: Torino 10-12 giugno</i>	89
<i>TECNOBAR&FOOD: Padova 6-9 ottobre</i>	89
<i>TRIESTESPRESSO: Trieste 25-27 ottobre</i>	90
Comunicazione verso i soci - Circolari	91
Mixer	92
Organi e Riunioni	93

Consulenza legale, Relazioni istituzionali & lobbying

Il tessuto normativo che regola il comparto dei pubblici esercizi si presenta quale un groviglio di prescrizioni spesso difficile da sciogliere ed in continua evoluzione.

Le attività di consulenza legale, Relazioni istituzionali & lobbying della Federazione mirano a coadiuvare i sindacati nazionali e le Associazioni territoriali (e di riflesso le imprese rappresentate) nella corretta comprensione di dette prescrizioni e nel recepimento delle novelle legislative che interessano il settore, nonché a promuovere interventi sull'apparato legislativo e, più in generale, su quello istituzionale, perorando gli interessi delle categorie rappresentate.

In questa direzione, nel corso del 2018 la Federazione ha sviluppato numerose attività progettuali di stampo divulgativo, informativo e operativo (fra gli altri, il progetto "sos buoni pasto", la redazione del Nuovo Vademecum Ispezioni e la campagna anticontraffazione).

E' stata poi espletata la tradizionale attività di lobby, mediante la partecipazione ad audizioni e incontri ministeriali, nonché curando la redazione di osservazioni, dossier informativi e proposte emendative.

La Federazione ha poi garantito un servizio di consulenza legale alle associazioni territoriali, segnalando le novità normative, rispondendo ai quesiti e svolgendo attività di studio ed approfondimento delle proposte di Legge regionali e dei Regolamenti comunali segnalati dal territorio.



Audizioni Fipe in Parlamento

DdL A.S. 728 – Piccole produzioni agroalimentari:

Nel mese di ottobre 2018, la Federazione, per tramite del Suo Presidente Lino Enrico Stoppani, è stata audita presso la Commissione Agricoltura del Senato circa il Disegno di legge A.S. 728 per **“la valorizzazione delle piccole produzioni agroalimentare di origine locale”** ove si prevedeva che le piccole produzioni agricole potessero non solo essere oggetto di vendita diretta, ma anche somministrate al consumatore, **attribuendo così un’attività commerciale ulteriore e totalmente nuova agli agricoltori**, senza preoccuparsi della coerenza del sistema giuridico che impone l’applicazione nello stesso mercato delle stesse regole. In Audizione la Federazione ha quindi chiesto di eliminare ogni riferimento all’attività di somministrazione o, quantomeno, di specificare che l’attività di somministrazione può essere realizzata esclusivamente tramite i pubblici esercizi.

DdL A.S. 920 – “Concretezza”:

Nel mese di novembre 2018, la Federazione, per tramite del Suo Vice Presidente Aldo Mario Cursano, è stata audita presso la Commissione lavoro pubblico e privato del Senato circa il Disegno di legge A.S. 920 recante **“Interventi per la concretezza delle azioni delle pubbliche amministrazioni e la prevenzione dell’assenteismo”**, che prevedeva la ripartizione in favore delle sole Pubbliche Amministrazioni di 20 milioni di euro per far fronte ai danni derivanti dalla (presunta) mancata spendibilità dei buoni pasto della **Qui!Group S.p.a.** da parte dei dipendenti delle Pubbliche Amministrazioni. Anche in considerazione della natura chirografaria dei crediti dei nostri associati, la Federazione ha chiesto di includere tra i soggetti legittimati a partecipare alla ripartizione anche le imprese che, in esecuzione del contratto di convenzionamento, abbiano fornito il servizio sostitutivo di mensa.



Osservazioni Fipe sui progetti di legge

DdL A.G. 48 – agricoltura sociale:

Nel mese di ottobre 2018, la Federazione ha presentato presso la Commissione Agricoltura del Senato delle osservazioni sullo *“schema di decreto ministeriale concernente i requisiti minimi e le modalità relativi alle attività di **agricoltura sociale**”* (A.G. 48), ove si attribuiva all’agricoltura sociale - intesa come attività di servizi sociali, socio-sanitari, educativi e di inserimento socio-lavorativo – la possibilità di espletare anche attività (imprenditoriali) di somministrazione di alimenti e bevande.

DdL A.S. 728 – Piccole produzioni agroalimentari:

In occasione dell’Audizione presso la Commissione Agricoltura del Senato (vedi sopra) la Federazione ha altresì presentato delle osservazioni, sottolineando la necessità di dare concreta attuazione al principio *“stesso mercato stesse regole”*.

DdL A.S. 920 – “Concretezza”:

In occasione dell’Audizione presso la Commissione lavoro pubblico e privato del Senato (vedi sopra) la Federazione ha presentato delle osservazioni, perorando l’interesse delle imprese rappresentate ad ottenere un ristoro dei danni subiti con riferimento al fallimento di QUI! Group S.p.a.

Schema di Decreto interministeriale sui distretti del cibo:

La Federazione ha presentato delle osservazioni concernenti lo schema di Decreto interministeriale che, in attuazione dell’art. 1, comma 499, della Legge di bilancio per l’anno 2018, definisce i criteri, le modalità e le procedure per l’attuazione dei contratti di distretto e le relative misure agevolative in riferimento ai distretti del cibo.

In particolare, sono state manifestate alcune perplessità in relazione al fatto che lo schema di Decreto individua degli investimenti per agevolare la somministrazione di prodotti alimentari, ma non include esplicitamente fra i possibili beneficiari i pubblici esercizi.

DdL A.S. 497 - Legge quadro per lo sviluppo delle isole minori marine, lagunari e lacustri:

La Federazione ha ritenuto di dover intervenire in quanto detto Disegno di Legge attribuiva alle aziende agricole la facoltà di effettuare attività di somministrazione – oltretutto quella di vendita diretta – dei prodotti agricoli. Grazie all’intervento della Federazione, l’attuale testo del Disegno di Legge (non ancora approvato definitivamente) conferisce alle medesime aziende la possibilità di effettuare più propriamente il consumo sul posto, e non invece il servizio di somministrazione.

Proposte emendative Fipe

Sono stati monitorati i procedimenti legislativi relativi ai provvedimenti d'interesse per le imprese associate. Dopo un'attenta valutazione del contenuto delle proposte di legge e degli effetti che le stesse avrebbero potuto generare sul comparto dei pubblici esercizi, la Federazione ha veicolato alcune proposte emendative.

In particolare:

Proposta di legge	Emendamenti FIPE
Riforma Codice appalti (Buoni pasto)	Sono stati proposti emendamenti allo scopo di garantire gli esercenti convenzionati dal rischio di insolvenza delle società emettitrici
DdL A.S. 728 – Piccole produzioni agroalimentari	E' stato chiesto di eliminare ogni riferimento all'attività di somministrazione o, quantomeno, di specificare che l'attività di somministrazione può essere realizzata esclusivamente tramite i pubblici esercizi
DdL A.G. 48 –Agricoltura sociale	E' stata chiesta l'eliminazione della disposizione che attribuiva all'agricoltura sociale la possibilità di espletare anche attività (imprenditoriale) di somministrazione di alimenti e bevande
DdL A.S. 920 –Concretezza	E' stato chiesto di includere tra i soggetti legittimati a partecipare alla ripartizione dei fondi stanziati per far fronte ai danni derivanti dalla (presunta) mancata spendibilità dei buoni pasto della Qui!Group S.p.a. anche le imprese che, in esecuzione del contratto di convenzionamento, abbiano fornito il servizio sostitutivo di mensa
A.C. 183 – Filiera corta	E' stato chiesto di modificare l'art. 5 della proposta di legge, in materia di procedure di aggiudicazione degli appalti concernenti i servizi di ristorazione collettiva, eliminando l'obbligo del raggiungimento della percentuale minima del 20%, in quanto l'utilizzo di questa quantità di prodotti a chilometri zero o provenienti da filiera corta non garantisce di per sé la qualità dei prodotti forniti

Proposta di legge	Emendamenti FIPE
<p>A.S. 989 Conversione in legge del decreto-legge 14 dicembre 2018, n. 135 (semplificazioni)</p> <p>AC 924</p> <p>Conversione in legge del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87, recante disposizioni urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese</p>	<p>Per entrambe le proposte di legge sono stati presentati emendamenti in materia di lavoro, con l'obiettivo di semplificare l'instaurazione di un rapporto di lavoro a tempo determinato, di ridurre il carico contributivo per il lavoro stagionale, e per reintrodurre i contratti di lavoro a prestazione occasionale</p>
<p>Legge di bilancio 2019</p>	<p>Sono stati presentati emendamenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ in materia di IRES (è stata richiesta l'integrale deducibilità dell'IMU dalle imposte sui redditi per gli immobili strumentali appartenenti al gruppo catastale C1 "Negozzi e Botteghe" nei quali sono ricompresi anche i locali adibiti a pubblico esercizio) ➤ in materia di TARI (è stato chiesto di imporre ai Comuni, ai fini della determinazione del <i>quantum</i> della riduzione tariffaria del tributo, di tenere conto dell'effettiva apertura delle attività nel corso dell'anno)



Incontri ministeriali, istituzionali e dossier informativi

La Federazione ha partecipato a numerosi tavoli istituzionali con l'obiettivo di perorare gli interessi delle imprese associate nelle sedi istituzionali.

- ➔ **Consultazione online del Ministero delle infrastrutture e dei trasporti in merito alle proposte di modifica del Codice degli appalti:** la Federazione ha partecipato alla predetta consultazione presentando delle osservazioni ed alcune proposte emendative;
- ➔ **Proroga concessioni demaniali marittime:** la Federazione, con il consueto impegno, ha supportato il SIB sul tema della Direttiva *Bolkestein*, riuscendo ad ottenere un risultato straordinario. Infatti, il tavolo istituito con il Ministro delle Politiche Agricole, Alimentari, Forestali e del Turismo, Gian Marco Centinaio, ha condotto ad una proroga di 15 anni delle concessioni balneari in essere, la cui validità è stata estesa, invero, fino al 2034. In altri termini, grazie all'attività di *lobby* espletata, per i prossimi 15 anni il comparto degli stabilimenti balneari è escluso dal raggio di applicazione della Direttiva *Bolkestein*;
- ➔ **Dehors - divieto di vendita e di somministrazione di alcolici nella fascia oraria compresa fra le ore 24 e le ore 7:** la Federazione è intervenuta, in materia di *dehors*, presso il Ministero dello sviluppo economico, esortando il dicastero a chiarire (con una nota interpretativa) che il divieto di somministrazione di bevande alcoliche nella fascia oraria compresa fra le ore 24 e le ore 7 (combinato disposto dei commi 1 e 2 dell'art. 14 bis della Legge n. 125/2001) non trovi applicazione per i *dehors*, in quanto pertinenze dei pubblici esercizi. L'intervento si è reso necessario, in quanto il Ministero dell'Interno, con nota dello scorso agosto, ha sostenuto che i *dehors* non costituirebbero spazi pertinenziali dei pubblici esercizi.
- ➔ **Tappo antirabbocco di cui alla legge 9/2013 - Legge Mongiello:** la Federazione è stata interpellata dal Ministero dello Sviluppo Economico, circa la corretta interpretazione dell'art. 7 comma 2 della legge 14 gennaio 2013 n.9, che prevede in capo ai pubblici esercizi l'obbligo di presentare gli oli di oliva in contenitori forniti di idoneo dispositivo di chiusura c.d. antirabbocco.
- ➔ **Etichettatura home delivery:** la Federazione è stata interpellata dal Ministero dello Sviluppo Economico, con riferimento alla questione concernente gli obblighi di etichettatura nell'ambito dell'*home delivery*. In tale sede si è sostenuto che la questione non può che esser risolta nel senso che gli unici obblighi ricadenti in capo ai pubblici esercizi ai sensi dell'art. 19 del D.Lgs n. 231/2017, siano quelli statuiti dai commi 8 (allergeni) e 9 (decongelato) della stessa norma, anche nei casi in cui gli stessi effettuino servizi aggiuntivi come l'*home delivery*.
- ➔ **Modulistica SUAP:** la Federazione ha partecipato alle riunioni con la Funzione Pubblica per la definizione della modulistica SUAP, in attuazione di quanto disposto dal D.Lgs n. 222/2016.
- ➔ **Etichettatura degli alimenti:** la Federazione ha partecipato alle riunioni tenutesi presso il Ministero dello Sviluppo Economico aventi ad oggetto il Regolamento di esecuzione UE 2018/775 della Commissione, recante modalità di applicazione dell'art. 26, paragrafo 3, del Regolamento UE n. 1169/2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, per quanto riguarda le norme sull'indicazione del paese d'origine o del luogo di provenienza dell'ingrediente primario di un alimento.

- ➔ **SIAE, SCF:** la Federazione ha costantemente dialogato con gli organi di vertice della SIAE e di SCF, perorando gli interessi delle categorie rappresentate al fine , anche, di mantenere i buoni rapporti in essere;
- ➔ **RAI:** la Federazione ha instaurato un tavolo di confronto con i vertici RAI, avente ad oggetto il tema del canone speciale, con l’obiettivo di tentare una ridefinizione del sistema tariffario vigente e l’introduzione di un miniabbonamento per i pubblici esercizi stagionali, di durata trimestrale o quadrimestrale.



Osservazioni sui regolamenti comunali

Su richiesta delle Associazioni territoriali, è stata svolta attività di studio ed approfondimento sui Regolamenti comunali segnalati.

Detta attività ha permesso di rinvenire e segnalare alcune disposizioni di dubbia legittimità.

Regolamento Comunale della Città di..	Criticità segnalate in materia di...
Pistoia <i>Regolamento per la valorizzazione e per la tutela delle aree urbane meritevoli di particolare protezione</i>	↻ Orari di apertura e chiusura dei p.e. ↻ Dehors
Ravenna <i>Regolamento polizia urbana</i>	Obbligo di apertura dei servizi igienici anche ai non clienti
Ferrara <i>Regolamento per la valorizzazione integrata dei beni culturali ed economici</i>	Obbligo di apertura dei servizi igienici anche ai non clienti
Roma <i>Regolamento per l'esercizio delle attività commerciali e artigianali nel territorio della Città Storica</i>	Attribuzione della facoltà di fornire il servizio assistito di somministrazione agli esercizi di vicinato
Caltanissetta <i>Regolamento per la disciplina dell'occupazione temporanea di suolo pubblico per i dehors</i>	Occupazione del suolo pubblico per l'installazione di dehors
Lecco <i>Regolamento per la disciplina dei Trattenimenti musicali presso pubblici esercizi ed all'aperto</i>	Attività promozionali degli eventi musicali nei p.e.
Firenze <i>Regolamento unico attività commerciali</i>	Attribuzione della facoltà di fornire il servizio assistito di somministrazione agli esercizi di vicinato
Comune di Chiamonte Gulfi Regolamento comunale per la disciplina dell'occupazione di suolo pubblico per spazi di ristoro all'aperto annessi a locali di pubblico esercizio di somministrazione mediante dehors	Occupazione del suolo pubblico per l'installazione di dehors

Risposte ai quesiti del territorio

Nel corso del 2018, la Federazione ha risposto a circa 75 quesiti formulati dalle Associazioni Territoriali in ordine a questioni giuridico-normative di interesse per le imprese rappresentate.

Fra i tanti temi approfonditi, figurano:

- ➔ Prescrizioni normative in materia di igiene e sicurezza;
- ➔ Allergeni;
- ➔ Privacy;
- ➔ Documentazione obbligatoria;
- ➔ Procedure autorizzatorie;
- ➔ Occupazione suolo pubblico per installazione dei dehors;
- ➔ Obbligo di esposizione dei menù e dei listini prezzi;
- ➔ Diritto d'autore;
- ➔ Tasse e tributi.



Protocollo d'intesa con il Ministero Salute

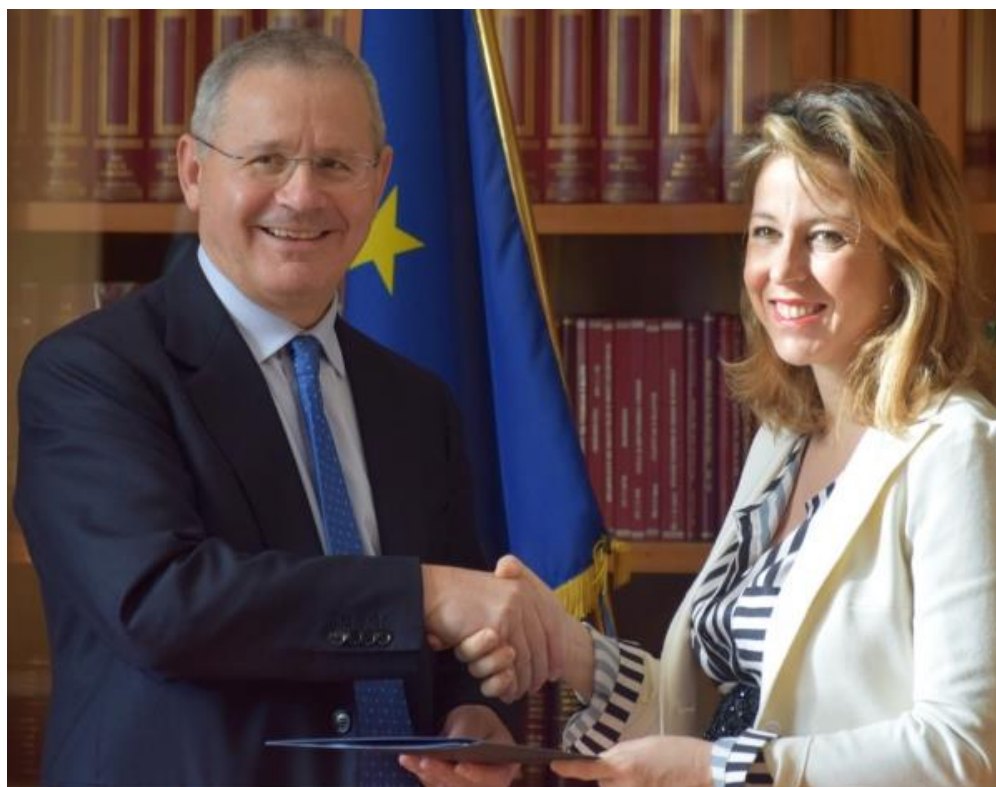
DESCRIZIONE

In data 5 dicembre 2018, la Federazione ha stipulato un Protocollo d'intesa con il Ministero della Salute "per una collaborazione sulle corrette prassi alimentari per una sana e sicura alimentazione del cittadino".

OBIETTIVI

Il Progetto perseguiva, *in primis*, un obiettivo politico: instaurare un buon rapporto con il Ministro della salute, On. Giulia Grillo, in modo da poter veicolare, in futuro, più agevolmente le istanze dei nostri associati.

In ogni caso, in attuazione del Protocollo verranno intraprese, in collaborazione con il Ministero, una serie di attività e progetti il cui nucleo centrale consiste nella divulgazione di conoscenze e informazioni legate alla sicurezza alimentare e nutrizionale e alla diffusione di corretti stili alimentari attraverso attività condivise di approfondimento e comunicazione, *workshop* tematici, su specifici argomenti d'interesse promuovendo il confronto fra tutti i soggetti coinvolti.



SOS Buoni Pasto: assistenza ai soci

DESCRIZIONE

Attività di supporto agli associati nella gestione delle numerose criticità segnalate in relazione al tema del servizio sostitutivo di mensa (inadempimenti delle società emettitrici), assicurando un duplice servizio: (i) un'assistenza legale in convenzione con tariffe significativamente vantaggiose; (ii) un Servizio di Assistenza FIPE riservato alle problematiche sorte nei rapporti con le aziende emettitrici.

OBIETTIVI

E' stato consentito agli associati un comodo e sostenibile accesso alla tutela legale, anche in relazione alla procedura fallimentare di QUI!Group S.p.a.

ATTIVITÀ

Numerose imprese hanno avuto accesso alla tutela legale in convenzione. E' stato poi attivato uno sportello "s.o.s buoni pasto", tramite il quale è stato possibile prestare assistenza ai soci, rispondendo a circa 150 quesiti.



SOS Buoni Pasto: relazioni istituzionali

DESCRIZIONE

La Federazione ha effettuato una serie di attività finalizzate a sollecitare le Istituzioni a riformare il sistema normativo concernente il servizio sostitutivo di mensa, offrendo maggiori garanzie e tutele agli esercenti convenzionati. In alcune di queste, la Federazione è riuscita a coinvolgere anche altre associazioni datoriali.

OBIETTIVI

La Federazione è riuscita a suscitare l'interesse delle Istituzioni sull'intera vicenda, e continuerà a presidiare il tema con costanza, nell'auspicio che si possa ottenere almeno una parziale riforma del sistema.

ATTIVITÀ

- ➔ Sono stati organizzati 2 *webinar* con il territorio (circa 40 associati collegati in *streaming*) allo scopo di aggiornare i soci circa lo stato delle azioni poste in essere dalla Federazione.
- ➔ E' stata proposta istanza di accesso agli atti per visionare gli accertamenti eseguiti dalla Consip nei confronti della Qui!Group S.p.a. durante l'esecuzione dei lotti nn. 1 e 3 relativi alla gara ed. 7.
- ➔ Si è provveduto ad intervenire con costanza su Consip, richiamando la stessa ad effettuare le aggiudicazioni della gara 8 con molta prudenza, in ottemperanza ai doveri di protezione anche della posizione degli esercenti.
- ➔ E' stato aperto un confronto con il Ministero dello Sviluppo Economico, in collaborazione con le altre organizzazioni di rappresentanza delle imprese di pubblico esercizio e di distribuzione commerciale, con la richiesta di un tavolo che porti alla riforma del sistema.
- ➔ Sono state elaborate e presentate delle osservazioni al Codice degli appalti (Consult. Pubbl. MIT del 10.09.2018).
- ➔ E' stato stipulato un accordo con Intesa San Paolo, al fine di offrire alle imprese associate in crisi di liquidità condizioni dedicate di accesso al credito. In particolare, è stato costituito un prodotto dedicato ai soci che vantano crediti nei confronti di Qui!Group S.p.a. con un *plafond* di 100 milioni di euro e un tetto di 50 mila euro di crediti per singola impresa.



Vademecum Ispezioni Igienico Sanitarie

DESCRIZIONE

In collaborazione con il Ministero della Salute, la Federazione ha posto in essere una grande opera d'aggiornamento del vademecum avente ad oggetto le normative attualmente vigenti in tema di controlli igienico sanitari (e sul lavoro) che interessano i pubblici esercizi.

OBIETTIVI

Stimolare i controllori ed i controllati a svolgere con maggior uniformità e piena collaborazione, i propri compiti. Il vademecum potrà costituire una guida autorevole per scongiurare episodi di conflittualità fra i primi ed i secondi, spesso causati da difficoltà interpretative.

ATTIVITÀ

Per facilitare la comprensione del Vademecum, la Federazione, con la collaborazione della Asl di Milano, ha realizzato 5 video tutorial nei quali viene simulata una vera ispezione in un ristorante, a cui si accede tramite il QR-Code posto in copertina. Le copie del Vademecum verranno distribuite gratuitamente sul territorio in occasione degli incontri di presentazione già in agenda per il 2019.



Episodio 1 - La documentazione

Fipe Confcommercio

4:05



Episodio 2 - La conservazione degli alimenti

Fipe Confcommercio

4:34



Episodio 3 - Igiene e formazione del personale

Fipe Confcommercio

7:01



Episodio 4 - Pulizia e infestanti

Fipe Confcommercio

5:54



Episodio 5 - Conclusione e adempimenti

Fipe Confcommercio

5:27

Webinar Allergeni e piattaforma

DESCRIZIONE

Il 10 aprile 2018 è stata realizzata una giornata informativa in *streaming* in materia di informazioni obbligatorie da fornire ai clienti (allergeni).

OBIETTIVI

Sono state illustrate alle associazioni territoriali collegate in *streaming* tutte le indicazioni da fornire alle imprese associate, per permettere loro di ottemperare agli obblighi di legge ed evitare l'applicazione delle sanzioni correlate.

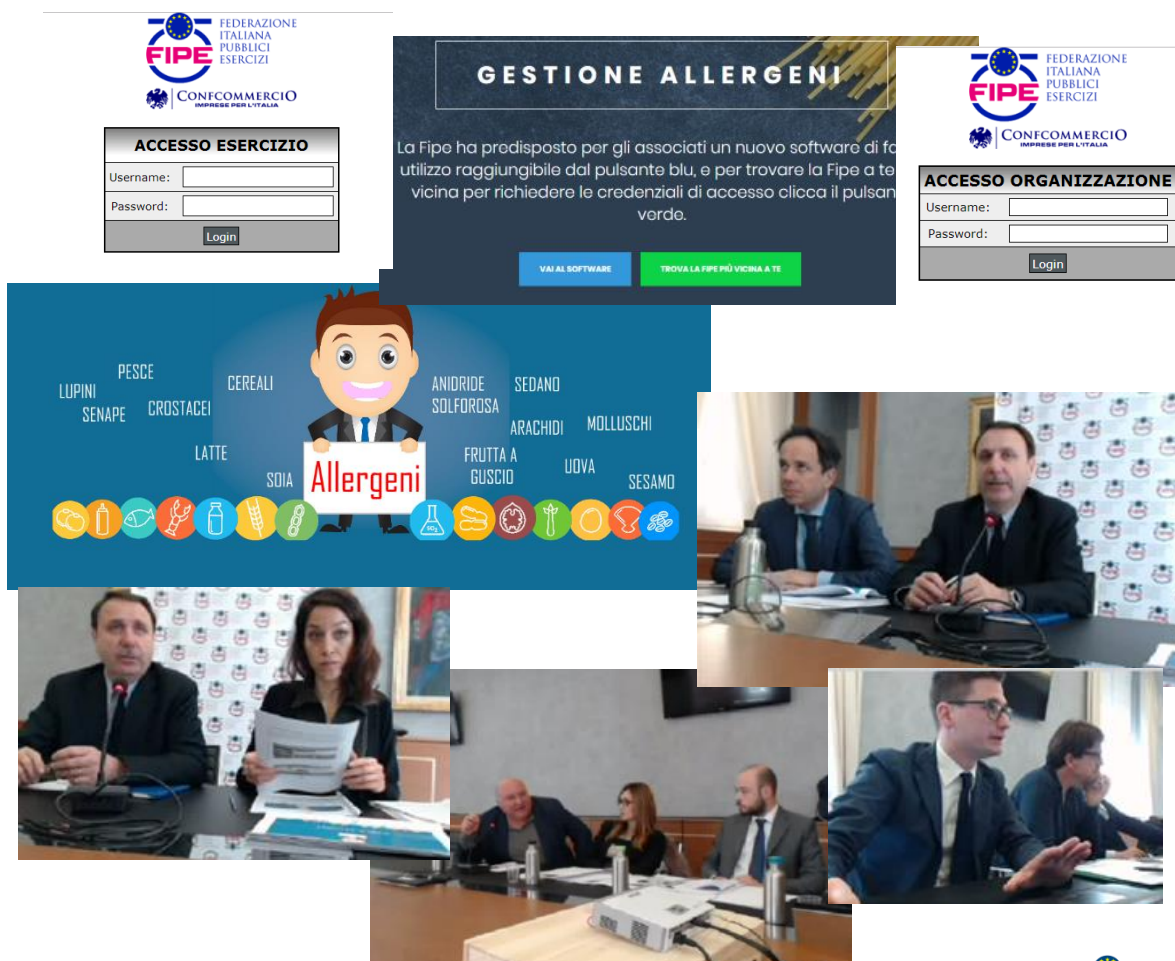
Si è provveduto, inoltre, a dare risalto alla nuova piattaforma allergeni, della quale sono state illustrate le modalità di utilizzo

All'iniziativa hanno partecipato via *web* circa 60 associazioni territoriali.

E' stata messa a disposizione delle associazioni territoriali una nuova piattaforma, agevolmente accessibile per le imprese associate, consentendo a queste ultime di assolvere facilmente agli adempimenti previsti dalla normativa sugli allergeni.

ATTIVITÀ

Fino al 31 dicembre 2018, sono state attivate ben 1450 posizioni ed è stata prestata assistenza alle associazioni in merito al software e alle problematiche di carattere legale.



"Questioni di Asterisco" – congelato

DESCRIZIONE

La Federazione ha realizzato un'attività di approfondimento sul tema del congelato, anche coinvolgendo professionisti esperti del diritto alimentare e rappresentanti delle Istituzioni.

In data 19 marzo 2018, ad Ancona, Loggia dei Mercanti, si è tenuto un convegno sul tema della sicurezza alimentare, avente ad oggetto, in particolare, le corrette modalità di conservazione degli alimenti e le informazioni che devono essere fornite ai clienti, ivi compresa la questione dell'asterisco indicante la presenza di alimenti decongelati.

All'incontro sono intervenuti rappresentanti delle Istituzioni (fra cui il Sindaco di Ancona), Autorità controllanti, alcuni pubblici esercenti maggiormente rappresentativi, ed esperti di diritto alimentare.

OBIETTIVI

Realizzare momenti di confronto, con lo scopo di acquisire il consenso per diffondere una nuova lettura sull'obbligo concernente l'indicazione degli alimenti congelati, alla luce della nuova disciplina introdotta dal D.Lgs n. 231/17. In altri termini, l'obiettivo perseguito dalla Federazione è quello di superare l'anacronistico orientamento giurisprudenziale attinente la frode in commercio in tema di "congelato".



Campagna anticontraffazione

DESCRIZIONE

La Fipe e il Sib, d'intesa con il MISE, hanno realizzato una campagna informativa anticontraffazione nel corso dell'estate 2018.

OBIETTIVI

E' stato diffuso un messaggio di legalità nei luoghi di villeggiatura, mettendo al corrente cittadini e turisti degli impatti negativi che l'acquisto di merci contraffatte ha sull'economia del Paese e dei relativi rischi per la salute.

ATTIVITÀ

La Fipe si è mobilitata insieme al SIB per agevolare la diffusione dei volantini del MISE e l'affissione di locandine presso 272 stabilimenti dislocati su tutto il territorio della penisola.



UN PRODOTTO FALSO TI DELUDE SEMPRE
CAMPAGNA PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE

Acquistare prodotti falsi **limita lo sviluppo**, l'innovazione e la competitività delle piccole e medie imprese, **compromette l'originalità dei prodotti italiani** e **impegna risorse dei cittadini nell'attività di contrasto** al fenomeno.

UN PRODOTTO FALSO FA CRESCERE LA DISOCCUPAZIONE
CAMPAGNA PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE

La contraffazione produce un elevato danno sociale e occupazionale perché sfrutta i soggetti deboli e bisognosi che vengono impiegati senza rispettare le norme assistenziali e previdenziali nella produzione e nella distribuzione dei prodotti non autentici.

UN PRODOTTO FALSO FAVORISCE LA CRIMINALITÀ
CAMPAGNA PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE

L'irruzione del falso favorisce la **criminalità organizzata**. I ricavi ottenuti sul mercato del falso sono secondi solo a quelli derivati dal traffico di stupefacenti. La sola Guardia di Finanza ha **sequestrato** nel 2016 oltre 20 milioni di prodotti contraffatti o non sicuri.

UN PRODOTTO FALSO PUÒ DANNEGGIARE LA SALUTE
CAMPAGNA PER LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE

La **contraffazione** riguarda oggi tutti i settori merceologici. I più colpiti sono quelli della moda, dei beni di consumo, dei giocattoli, della **cosmesi** e dei ricambi auto/moto. Il loro acquisto rappresenta un **rischio immediato per la salute e la sicurezza** dei cittadini.

Lavoro & Relazioni sindacali

L'area Lavoro e Relazioni Sindacali si è posta l'obiettivo di mettere le aziende associate in condizione di operare al meglio nella gestione del personale, diffondendo aggiornamenti e orientamenti applicativi sulle novità normative e la prassi amministrativa.

L'area del mercato del lavoro anche nel corso del 2018 ha conosciuto una sostanziale revisione delle normative che la regolano.

L'incessante evoluzione normativa, che governa e disciplina il mercato del lavoro e le strutture economiche e sociali ad esso sottostanti, non è certo un elemento di novità. E' questa, anzi, una delle peculiari caratteristiche del diritto del lavoro sin dalle sue origini.

A tal proposito, FIPE attraverso la contrattazione collettiva ha offerto alle imprese una risposta alle sollecitazioni del mercato attraverso l'acquisizione di alcuni strumenti di gestione del personale, di concorrenza e di competitività in riferimento all'evoluzione dell'organizzazione dei servizi.



Vademecum Ispezioni Lavoro e Sicurezza sul Lavoro

DESCRIZIONE

Realizzazione dell'aggiornamento della Guida sulle ispezioni sul lavoro per le associazioni che assistono le imprese e per i datori di lavoro coinvolti nell'attività di vigilanza. La Guida, basandosi sull'esperienza "sul campo" e sui disciplinari esistenti, metterà in luce i Diritti e i Doveri non solo dei controllori ma anche dei controllati, durante le varie fasi dell'indagine.

OBIETTIVI

Riportare in modo chiaro le principali norme in materia di ispezioni e sicurezza sul lavoro, evidenziando sia i doveri che i diritti dei controllati. Dare la giusta assistenza ai propri imprenditori, partendo dal presupposto che il rispetto delle regole sia un tratto distintivo dei soci di FIFE e che la federazione è costantemente impegnata in un confronto con il legislatore e con le istituzioni preposte ai controlli per una semplificazione del quadro normativo.

ATTIVITÀ

Redazione e realizzazione del vademecum



Il nuovo CCNL FIPE del 8 Febbraio 2018

DESCRIZIONE

Sottoscrizione e successiva stesura del primo Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per i dipendenti da aziende dei settori pubblici esercizi, ristorazione collettiva e commerciale e turismo. Il CCNL è stato sottoscritto tra FIPE, ANGEM, LEGACOOP, CONFCOOPERATIVE e AGCI e FILCAMS CGIL, FISASCAT CISL e UILTUCS UIL. Il CCNL è stato anche sottoscritto con UGL in data 1 marzo 2018.

OBIETTIVI

- ➔ Dotare il settore di un contratto collettivo specifico e in grado di rispondere alle esigenze delle imprese
- ➔ Accrescere la capacità delle imprese di reagire velocemente alla domanda proveniente da mercati in rapida trasformazione
- ➔ Introdurre maggiore flessibilità organizzativa per poter migliorare la produttività delle imprese.

ATTIVITÀ

- ➔ Commissioni lavoro – 3 incontri;
- ➔ Incontri di trattativa – 8 incontri;
- ➔ Incontri tecnici
- ➔ Redazione dei testi



Presentazione e diffusione CCNL FIPE

DESCRIZIONE

Realizzazione di presentazioni del testo del CCNL FIPE presso le imprese e le associazioni aderenti e relativo piano di comunicazione.

OBIETTIVI

Presentare le novità contenute nel CCNL sottoscritto, al fine di favorire un'ampia diffusione ed applicazione del testo per consentire alle aziende una migliore e più attenta gestione del personale. Inoltre tramite tali incontri è stata valorizzata una delle prerogative principali della Federazione, cioè quella della propria rappresentanza sindacale.

ATTIVITÀ

Sono stati realizzati 39 incontri su tutto il territorio nazionale presso le sedi delle associazioni e delle imprese associate. Uscite di presentazione su Sole 24 ore, Italia Oggi, Mixer, Rivista AIDP e Bollettino Adapt.



Convegno Presentazione CCNL FIPE

DESCRIZIONE

Realizzazione del Convegno di presentazione del CCNL FIPE dal titolo “nuova identità del lavoro nel nuovo CCNL Pubblici esercizi, ristorazione e turismo” del 11 aprile 2018.

OBIETTIVI

Scopo principale del convegno è stato quello di stimolare il confronto tra i principali protagonisti, con la presenza di esperti esterni, sulla nuova realtà contrattuale, per portare il settore ad inserirsi nel dibattito politico sindacale che caratterizza lo sviluppo del sistema di relazioni sindacali nel nostro Paese.

ATTIVITÀ

Organizzazione della tavola rotonda con relativo invio degli inviti ai relatori (parti firmatarie del CCNL e autorevoli esperti del settore). Sono intervenute 250 persone provenienti dalle direzioni sindacali delle aziende aderenti nonché delle associazioni territoriali.



Trattativa per il rinnovo del Protocollo Bingo allegato a CCNL FIPE

DESCRIZIONE

Trattativa per il rinnovo del protocollo Bingo allegato al Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro FIPE del 8 febbraio 2018.

OBIETTIVI

- Dotare il settore di un protocollo specifico e in grado di rispondere alle esigenze delle imprese e ai recenti cambiamenti del settore
- Offrire soluzioni contrattuali che vadano incontro alle esigenze del settore, delle sue peculiarità e criticità anche alla luce delle recenti evoluzioni normative che hanno notevolmente penalizzato il settore stesso
- Accrescere la capacità della federazione attraverso il CCNL di offrire uno strumento funzionale anche in grado di contrastare fenomeni di dumping contrattuale

ATTIVITÀ

- Incontri di trattativa – 9 incontri;
- Incontri tecnici
- Redazione dei testi



Trattative per il rinnovo del CCNL Case da Gioco

DESCRIZIONE

Trattativa per la sottoscrizione del primo CCNL delle Case da Gioco rappresentate da Federgiooco aderente a FIPE.

OBIETTIVI

- Dotare il settore dei Casinò di un CCNL specifico che vada incontro alle esigenze del comparto e delle sue peculiarità
- Offrire soluzioni contrattuali che vadano incontro alle esigenze del settore, delle sue criticità anche alla luce delle recenti evoluzioni normative che hanno notevolmente penalizzato il settore in questione
- Favorire la risoluzione delle crisi di alcune case da gioco attraverso l'utilizzo della leva contrattuale

ATTIVITÀ

- Incontri di trattativa – 3 incontri;
- Incontri tecnici
- Redazione dei testi



Ente Bilaterale Nazionale del Turismo

DESCRIZIONE

Rivisitazione delle funzioni e delle attività dell'Ente Bilaterale attraverso l'individuazione di una nuova governance dell'Ente, anche attraverso l'individuazione di progetti degli enti territoriali.

OBIETTIVI

- Ristrutturare le attività e le iniziative dell'Ente
- Costruire soluzioni ad hoc per le diverse imprese associate e per i diversi territori
- Accrescere la capacità della federazione di utilizzare le risorse in possesso della bilateralità
- Individuare e realizzare progetti relativi al mercato del lavoro
- Attraverso progetti pilota territoriali costruire best practices replicabili su tutto il territorio nazionale

ATTIVITÀ

- Incontri delle Parti sociali
- Riunioni dei gruppi tecnici
- Realizzazione del progetto pilota con EBT Toscana sull'incontro/offerta del mercato del lavoro.



Formazione

Il turismo è il settore di riferimento della Federazione e fornisce spunti per mettere in risalto l'importanza che rivestono i pubblici esercizi nella promozione turistica. In un mercato del lavoro così dinamico, dove tecnologie e sfide sociali sono sempre più esasperate, la formazione, l'aggiornamento delle professionalità e lo sviluppo di competenze diventano lo strumento più efficace per il mantenimento della competitività dell'impresa e dell'individuo.

Per Fipe la formazione rappresenta una leva strategica ed un vantaggio indispensabile per quelle imprese che aspirano al mantenimento ed al miglioramento della propria competitività sul mercato locale, nazionale o internazionale.

La linea strategica di Fipe si colloca dunque su questo crinale: assicurare formazione di qualità, costruire percorsi di eccellenza per i pubblici esercizi, fare della formazione uno strumento sempre più efficace di sostegno all'occupazione e di rafforzamento dell'occupabilità dei lavoratori, garantendo la creazione di valore aggiunto al sistema dei pubblici esercizi.



Ristorazione 4.0 la buona scuola è servita

DESCRIZIONE

Ristorazione 4.0 La buona scuola è servita, è un progetto di alternanza scuola lavoro nato in collaborazione con TripAdvisor, TheFork, Foodora e Google ed è finalizzato a favorire la cultura dell'innovazione e dell'imprenditorialità in ambito digitale ed a fornire alle nostre imprese non soltanto un valido supporto per l'uso delle tecnologie ma anche i valori di un approccio innovativo al consumatore.

OBIETTIVI

Sperimentare un percorso innovativo per consentire ai ragazzi coinvolti di apprendere sul campo funzionalità ed uso dei nuovi strumenti che stanno rivoluzionando le modalità di gestione delle imprese e di mettere a frutto il loro "potere digitale" nell'esperienza che faranno in diversi bar e ristoranti. Allo stesso tempo consentire alle imprese del settore di realizzare una gestione dei processi produttivi e distributivi sempre più moderna ed efficiente.

ATTIVITÀ

Il progetto si è inaugurato a Firenze con il patrocinio di Fipe Toscana presso l'Istituto Galileo Galilei. Ha coinvolto circa 90 ragazzi delle classi quarte del corso SIA (sistemi informativi aziendali). 17 ragazzi hanno invece frequentato anche il tirocinio ed ottenuto l'attestato.

Il percorso si è strutturato nei seguenti 5 moduli di 3 ore ciascuno:

- 1° modulo: FIPE – Il mercato della ristorazione.
- 2° modulo: TheFork: Le prenotazioni online al ristorante.
- 3° modulo: TripAdvisor: Le recensioni online.
- 4° modulo: Foodora: Il Food delivery in Italia.
- 5° modulo: Google: Il tagliando digitale

Cui ha fatto seguito un periodo di tirocinio di 4 settimane presso imprese del settore appositamente individuate.

Il progetto è stato trasmesso al MIUR per essere inserito dal Ministero tra le buone pratiche di alternanza.



Fipe Academy: crescere insieme

DESCRIZIONE:

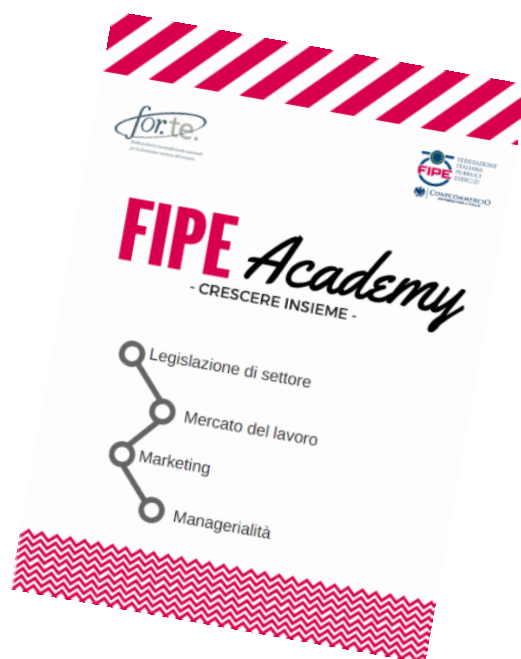
Il progetto “Fipe Academy: crescere insieme”, è stato pensato dalla Federazione per “riposizionare” il “prodotto” sindacale verso una maggiore attenzione alla dimensione competitiva delle imprese. Con questa iniziativa Fipe ha messo a disposizione del sistema associativo e società collegate, alcuni seminari formativi ed informativi sulle tematiche più attuali che riguardano il settore dei Pubblici esercizi al fine di rafforzare le competenze sui temi proposti, consentendo così di fornire un valido supporto allo sviluppo ed alla dimensione competitiva delle imprese così di presidiare adeguatamente la relazione con le imprese associate. E' stato presentato (e finanziato), nell'ambito dell'Avviso 2/15 di For.te.

OBIETTIVI

- ➔ Essere al fianco delle Associazioni territoriali per dare un più qualificato supporto agli associati (assistenza alle start-up, informazioni normative, legislative e gestionali, ecc.);
- ➔ Rafforzare ruolo e posizionamento delle Associazioni dei territori fornendo le competenze per creare un sistema di servizi integrati fra loro;
- ➔ Promuovere l'associazionismo in maniera più capillare, per non lasciare da sole le imprese in difficoltà.

ATTIVITÀ

Con un catalogo di 25 moduli di durata compresa tra 2 e 16 ore, sono state erogate complessivamente tra il 2017 e il 2018, millecinquecento ore di formazione e formati 227 lavoratori di 42 tra Associazioni, loro società di servizi, enti bilaterali di: Abruzzo, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Lazio, Liguria, Lombardia, Molise, Toscana, Piemonte, Puglia e Sicilia.



Lo sviluppo della persona nella formazione: vecchi e nuovi modelli

DESCRIZIONE

L'esigenza del workshop è nata a conclusione di due piani presentati al fondo For.te a valere sull'Avviso 2/14 seconda scadenza.

In particolare: il piano "Miglioramento delle competenze per un servizio di qualità nei PP.EE.. che ha coinvolto 35 imprese di p.e. e formato 239 lavoratori con 1620 ore erogate e il Piano "Formazione per l'offerta di servizi di qualità nei PP.EE." che ha coinvolto 318 lavoratori di 32 aziende di p.e. erogando 1181 ore. I territori interessati sono stati Campania, Calabria, Abruzzo, Lombardia, Sardegna, Puglia e Toscana.

Oltre ad esporre l'esperienza dei due percorsi formativi pensati nell'ottica di aggiornamento e potenziamento delle competenze del personale per elevare la qualità del servizio erogato, il seminario ha voluto affrontare il tema del futuro della formazione per i Fondi interprofessionali, ponendo l'attenzione sul fatto che lo "0,30" dell'indennità sulla disoccupazione involontaria è spesso destinato ad altro e non alla formazione e pertanto è necessario porre attenzione sulle politiche governative che "dirottano" queste risorse

OBIETTIVI

Fare il punto sulle nuove tendenze della formazione e creare un ponte di collegamento tra formazione tradizionale e nuove opportunità.

Sollecitare una maggiore diffusione delle attività del Fondo considerato che nel 2015 solo il 7% degli occupati ha svolto attività formative per riqualificazione.

ATTIVITÀ



Apertura dei lavori

Silvio Moretti, Direttore area servizi sindacali e formazione
Fipe-Confindustria

Relazione introduttiva e presentazione risultati dei progetti

Michele Romano, Direttore T&C Company S.r.l.
Daniele Pracchia, Direttore Ascom Siena

Testimonianza di alcune imprese beneficiarie

Interventi:
Emmanuele Massagli, Presidente ADAPT
Eleonora Piscichio, Direttore Fondo For.Te.



Accoglienza, qualità, sviluppo competitivo del turismo nel sistema Italia

DESCRIZIONE

Il settore turistico conta quasi 1 milione di posti di lavoro in Italia, una cifra che rappresenta il 5% dell'occupazione nazionale ed è settore trainante anche dell'occupazione giovanile con il 63% degli occupati sotto i 40 anni. Le richieste di formazione del settore sono sempre più rilevanti e centrate sia su tematiche di carattere manageriale che di carattere tecnico –professionale. La competitività in questo scenario si gioca in particolare sulla qualità del servizio, sul cliente estero, sulla programmazione delle attività con particolare riferimento agli strumenti web e alla innovazione attraverso la qualificazione tecnica degli operatori impiegati nell'erogazione dei vari servizi del comparto. Da questa analisi sono emersi i fabbisogni del progetto "Accoglienza, qualità, sviluppo competitivo del turismo nel sistema Italia". E' stato presentato (e finanziato), nell'ambito dell'Avviso 2/15 di For.te.

OBIETTIVI

Promuovere la competitività delle imprese attraverso azioni formative che migliorino l'efficacia nella programmazione aziendale, la qualità e la professionalità nell'erogazione dei servizi e la soddisfazione del cliente. In generale si è mirato ad accrescere la competitività delle aziende beneficiarie attraverso il sostegno ai processi di riqualificazione ed aggiornamento dei lavoratori addetti a diversi livelli e alle varie mansioni, per migliorare la qualità dell'offerta globale.

ATTIVITÀ

Il progetto, attuato con la società Saiter srl di Siena, ha coinvolto 32 imprese del settore turismo delle Regioni: Toscana, Lazio, Sardegna, Lombardia e Abruzzo. In poco meno di due anni sono state erogate 1044 ore di formazione strutturate in 5 progetti e sono stati coinvolti 252 lavoratori.



Fipe 3.0

DESCRIZIONE

La complessità e varietà dei servizi offerti da FIPE agli associati e ai consumatori sono legati all'evolversi dei modelli di consumo, alle normative a difesa dei consumatori, alle iniziative per tutelare la filiera dell'enogastronomia italiana, costante bersaglio di "imitazioni" con produzioni di bassa qualità. Questa attività di assistenza e di controllo, negli ultimi anni viene effettuata anche via web. Per questo FIPE ha deciso di investire nelle competenze dei collaboratori per adeguare le loro professionalità all'evolversi delle tecnologie e dei sistemi informatici.

In coerenza con gli obiettivi dell'Avviso 1/17 di FOR.TE. "consolidamento e sviluppo delle competenze dei lavoratori/lavoratrici..," Fipe ha definito l'impianto del piano che si è sviluppato nelle aree "vendita e marketing" e "lingue straniere".

OBIETTIVI

Piano destinato all'aggiornamento continuo delle competenze del personale di Fipe per innalzare il livello qualitativo "tecnico" del servizio e per essere più vicini, e in maniera più efficace ed efficiente, alle necessità dei propri associati e alle richieste/segnalazioni delle imprese e dei cittadini.

ATTIVITÀ

Nel 2018 sono stati erogati i seguenti moduli:

- Seo. Ottimizzazione del sito sui motori di ricerca e posizionamento sul web, Siti SEO-friendly, Content Management System (16 ore 4 partecipanti)
- Google Analytics. Uso delle Keywords per l'ottimizzazione SEO (16 ore 6 partecipanti.)
- Grafica Pubblicitaria ed Editoriale. Basic Packaging, Brand Design e Web Design. Costruzione di brochure e dépliant (16 ore 5 partecipanti).
- content Marketing. Content Marketing e Content Strategy (8 ore 5 partecipanti)
- Social media marketing. Il S.M.Marketing, la social advertising, il ROI di una strategia SMM (16 ore 6 partecipanti)
- Digital Strategy & Web Reputation. Ciclo della web reputation, gestione degli influencer, della customer care, delle crisi online (8 ore 5 partecipanti.)
- Lingua Inglese-team work Consolidamento grammaticale, incremento vocabolario, comprensione di testi e conversazione (20 ore 4 partecipanti.)
- Lingua Inglese-entertraining club class Implementazione della Fluency (4 ore 6 partecipanti.)

Il corso di inglese è in via di ultimazione.



Protocollo Fei

DESCRIZIONE

La Fondazione Italiana per l'Educazione Alimentare - Food Education Italy (FEI) è nata nel 2011 come strumento nuovo al servizio dei rapporti tra scuola, Famiglia e territorio (persone istituzioni e imprese). La collaborazione con Fipe nasce nell'intento comune di promuovere l'educazione alimentare intesa in senso ampio quale approccio multidisciplinare ai vari aspetti ambientali, sociali ed economico finanziari del sistema alimentare mediterraneo, per trasmettere quei valori universali che identificano e qualificano le imprese in grado di evolvere la propria offerta rispondendo alle aspettative di qualità del servizio.

OBIETTIVI

Favorire la consapevolezza di avere sane abitudini alimentari; agevolare le esperienze di formazione scuola/lavoro; aprire un canale di comunicazione con le imprese per tenerle informate costantemente su tutte le situazioni inerenti la salute e l'educazione alimentare; dare vita ad attività promozionali, di comunicazione, convegnistica sui temi dell'educazione alimentare e a percorsi formativi, anche a distanza.

ATTIVITÀ

Da marzo 2018 si sono tenuti diversi incontri in vista del perfezionamento di un protocollo di intesa che regoli la gestione delle singole attività ed i reciproci impegni.



Matera Capitale Cultura 2019

DESCRIZIONE

Il progetto è nato in vista di Matera 2019 capitale europea della cultura, che rappresenta un evento di dimensione nazionale ed europea, per sviluppare alcune attività nel settore dell'educazione alimentare, della didattica sensoriale, del marketing territoriale, delle politiche attive del lavoro, dell'alternanza scuola lavoro.

OBIETTIVI

Candidare Fipe ad un ruolo nell'ambito di Matera 2019. Inserire il "cibo" come elemento di cultura. Aiutare i pubblici esercizi al surplus della domanda per Matera 2019. creare attorno a Matera Capitale della Cultura 2019 un sistema di connessioni, in cui i diversi aspetti della cultura dell'intero Mezzogiorno siano in grado di mettere in evidenza la relazione profonda tra cibo e civilizzazione.

ATTIVITÀ

Incontro a Matera a dicembre 2017 con l'agenzia regionale per il lavoro (Antonio Fiore), il presidente Confcommercio Matera (Santantonio), il presidente ristoratori (Genco) Istituti scolastici "A.Turi" di Matera e l'IIS Giustino Fortunato" di Pisticci, per individuare possibili sinergie. Manifestazione di interesse di Fipe al direttore dell'agenzia del lavoro Basilicata. A dicembre u.s. è stata predisposta bozza protocollo tra ARlab e Fipe Matera con il patrocinio di Fipe.



COESO - Competenze professionali per un'Elevata qualità nei Servizi Offerti

DESCRIZIONE

Il piano, presentato da Fipe nell'ambito dell'Avviso 1/17 di For.Te, attuatore Saiter srl, è frutto di un attento processo di rilevazione dei fabbisogni e di una analisi del contesto di riferimento. Il piano si rivolge a 31 imprese del settore turismo/pubblici esercizi associate a Fipe operanti nel territorio della Regione Toscana, Lazio, Sardegna e Veneto, ed è finalizzato a favorire la crescita, l'aggiornamento, la professionalizzazione e la capitalizzazione delle competenze dei lavoratori in un'ottica di lifelong learning e a promuovere l'adattabilità delle imprese favorendo la loro capacità di operare con professionalità nel settore e di anticipare i bisogni del mercato in una logica proattiva e competitiva.

OBIETTIVI

Stimolare l'innovazione attraverso lo sviluppo di modalità organizzative innovative che rafforzino la dimensione imprenditoriale e manageriale delle aziende;

Favorire lo sviluppo delle competenze e dei comportamenti organizzativi centrati sulla qualità del servizio, sulla relazione con il cliente e sulla fidelizzazione;

Promuovere logiche di aggiornamento continuo in materia di sviluppo delle competenze tecnico-professionali dei lavoratori per supportare l'innovazione dei servizi in linea con i trend di mercato.

ATTIVITÀ

Il piano sviluppa 1.000 ore di formazione organizzate nei seguenti progetti:

1. Salute e Sicurezza
2. Vendita e Marketing
3. Gestione aziendale
4. Tecniche e metodologie di erogazione dei servizi economici
5. Informatica
6. Lingue

Nel 2018 sono state erogate 463 ore e formati 62 lavoratori.



Studi e ricerche

Fornire un costante supporto informativo mirato alle specifiche esigenze degli Organi, delle Associazioni territoriali e delle imprese ma anche degli altri stakeholder mediante l'analisi dello scenario economico e delle dinamiche evolutive della domanda e dell'offerta. I rapporti prodotti dall'ufficio studi attraverso l'analisi delle principali variabili che descrivono un settore complesso quale è quello della ristorazione, indagano sia i profili della domanda che quelli dell'offerta, esaminano la struttura e la dinamica imprenditoriale, le performance economiche del settore e le linee evolutive dei modelli di consumo.

Il Centro Studi Conduce analisi e ricerche economiche che fotografano il sistema imprenditoriale delle piccole e medie imprese appartenenti al settore dei pubblici esercizi. Analizza l'evoluzione della domanda e dei modelli di consumo, la dinamica dei prezzi ed il turnover imprenditoriale attraverso la congiuntura; indagini tematiche; studio del mercato e la valutazione delle politiche pubbliche.

Tramite le note congiunturali, gli articoli per Mixer e le infografiche, diffonde le proprie analisi.



Rapporto Ristorazione

DESCRIZIONE

L'appuntamento con cui Fipe approfondisce l'evoluzione del mercato dei pubblici esercizi in Italia ed in Europa.

OBIETTIVI

Fornire agli organi, al sistema associativo ed agli stakeholder il quadro di riferimento sullo "stato di salute" del settore.

ATTIVITÀ

Conferenza stampa per la presentazione del rapporto. Stampa del volume in 500 copie distribuite al mondo Fipe.



RISTORAZIONE

Rapporto Annuale 2018



IMPRESE
 Aperture: RISTORANTI, bar, agenzie, chiusure, Competitività
 Prezzi, Consumi, CONGIUNTURA, Produttività, Inquinamento, affitti
 MENSE & CATERING, Assistenza, PUBBLICI ESERCIZI



Ufficio Studi



Rapporto Movimprese

DESCRIZIONE

Un'analisi dettagliata del turnover (natalità e mortalità) imprenditoriale. Le informazioni provengono dagli archivi del registro delle imprese gestiti dalle Camere di Commercio e si riferiscono al codice di attività dei servizi di ristorazione e ai relativi sottocodici. I dati sono presentati a livello nazionale, regionale e provinciale, per i tre comparti che contribuiscono a formare l'aggregato settoriale e disaggregati secondo la forma giuridica.

OBIETTIVI

Mettere a disposizione del sistema associativo i dati su movimentazione e consistenza delle imprese.

ATTIVITÀ

Diffusione mediante lettera circolare alle associazioni, del link dal quale le tavole statistiche predisposte.



Rapporto Occupazione nei Pubblici Esercizi

DESCRIZIONE

Il lavoro è il risultato dell'analisi dei dati contenuti negli archivi sul lavoro dipendente dell'Inps. Il report si compone di tre capitoli finalizzati a dare una rappresentazione completa del settore secondo tre dimensioni: nazionale, di comparto, territoriale. Le variabili considerate sono: aziende con lavoratori dipendenti, lavoratori dipendenti, categorie di lavoratori, tipologie contrattuali, distribuzione dei lavoratori per sesso.

OBIETTIVI

Fornire agli organi, agli uffici e al territorio una panoramica sull'evoluzione dell'occupazione dipendente nel settore del pubblico esercizio.

ATTIVITÀ

Presentazione dei principali risultati, diffusione del volume.



Rapporto Occupazione nel Turismo

DESCRIZIONE

Il lavoro è il risultato dell'analisi dei dati contenuti negli archivi sul lavoro dipendente dell'Inps. Il report si compone di tre capitoli finalizzati a dare una rappresentazione completa del settore secondo tre dimensioni: nazionale, di comparto, territoriale. Le variabili considerate sono: aziende con lavoratori dipendenti, lavoratori dipendenti, categorie di lavoratori, tipologie contrattuali, distribuzione dei lavoratori per sesso.

OBIETTIVI

Fornire agli organi, agli uffici e al territorio una panoramica sull'evoluzione dell'occupazione dipendente nel settore del turismo.

ATTIVITÀ

Presentazione dei principali risultati, diffusione del volume tramite l'EBNT.



Congiuntura

DESCRIZIONE

Lo strumento di analisi congiunturale per monitorare l'evoluzione dei prezzi, sia nel settore dei pubblici esercizi che in quello del turismo, su base mensile a cui si affianca l'indagine trimestrale sul sentiment delle imprese della ristorazione.

OBIETTIVI

Diffondere presso le sedi territoriali informazioni sulla variazione dei prezzi dei prodotti nei canali che compongono i servizi di ristorazione e le indicazioni sul clima di fiducia delle imprese sul settore della ristorazione.

ATTIVITÀ

L'indagine ha una cadenza mensile per quel che riguarda la rilevazione dei prezzi e trimestrale nel caso del sentiment delle imprese. I report delle indagini vengono pubblicati sul sito ed inviati alle aziende iscritte alla newsletter che hanno partecipato all'indagine.

NOTA INFORMATIVA CENTRO STUDI



Indagine congiunturale sulla ristorazione commerciale
IV trimestre 2018

Balzo in avanti del clima di fiducia

Nel quarto trimestre 2018 il clima di fiducia torna significativamente al di sopra di soglia 100, attestandosi a 108,6. L'indice è superiore di 4 punti rispetto allo stesso periodo di un anno fa. I giudizi rimangono prudenti verso le prospettive di breve termine ma evidenziano segnali incoraggianti sia nei riguardi delle performance economiche che dell'occupazione. Nel confronto anno su anno (2018 su 2017) i saldi sono positivi sia dal punto di vista di risultati economici che occupazionali.

Le Performance economiche

Le valutazioni degli imprenditori riacquistano un po' di slancio. Il saldo grezzo delle risposte relativo alle performance aziendali nel IV trimestre resta positivo (+19%). Anche nella media dell'anno l'indicatore segna un saldo positivo di 19 punti.

La Clientela

Le valutazioni sui flussi di clientela sono in miglioramento rispetto a quanto rilevato un anno fa. Il saldo guadagna circa cinque punti rispetto al IV trimestre del 2017.

I Costi

I prezzi di vendita così come i costi di approvvigionamento vengono dati in leggera flessione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

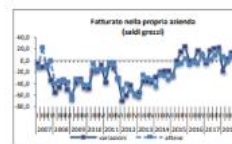
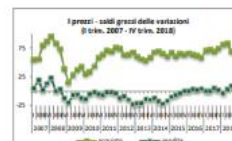
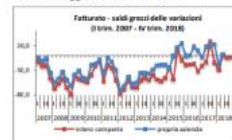
L'Occupazione

In questo ultimo trimestre dell'anno le valutazioni sulla dinamica dell'occupazione non riflettono quelle sul fatturato.

Il saldo è nullo e in linea con quanto rilevato un anno fa. In media d'anno 2018 l'indicatore sale del 9,5%.

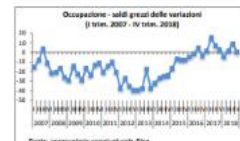
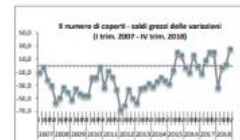
Le Aspettative

Il miglioramento del clima si riflette anche sul futuro. Le aspettative sul I trimestre del 2019 si mantengono positive sia riguardo alle performance economiche che all'occupazione. Atteso un leggero ritocco dei listini.



Il Clima di fiducia

L'indicatore sintetico sul clima di fiducia cresce di 8,2 punti e consolida il trend positivo degli ultimi trimestri dell'anno.



Centro Studi FIPE
+39 06 583921 - ufficio.studi@fipe.it
www.fipe.it - @fipeconf



Centro Studi FIPE
+39 06 583921 - ufficio.studi@fipe.it
www.fipe.it - @fipeconf

Indagini sui consumi nelle ricorrenze

DESCRIZIONE

Monitoraggio delle performances della ristorazione in occasione delle festività.

OBIETTIVI

Fornire indicazioni importanti per comprendere lo “stato d’animo” degli italiani e delle imprese.

ATTIVITÀ

I risultati vengono diffusi mediante i comunicati stampa, la newsletter e pubblicati sul sito corredati da infografica.



Indagine sul turismo estivo

DESCRIZIONE

Valutazioni sull'andamento della stagione turistica con riferimento alla località o area turistica.

OBIETTIVI

Bar, discoteche, rifugi alpini, stabilimenti balneari, centri benessere e parchi a tema sono imprese fondamentali per lo sviluppo turistico dell'Italia e possono quindi fornire un punto di vista privilegiato sull'andamento del turismo.

ATTIVITÀ

I risultati vengono diffusi mediante i comunicati stampa, la newsletter e pubblicati sul sito corredati da infografica.



NOTA STAMPA



ESTATE 2018 FIPE: "MENO ITALIANI IN VACANZA, PESA L'INCERTEZZA NON SOLTANTO METEOROLOGICA"

- In leggero calo, dopo tre anni di crescita, il numero degli italiani che farà vacanza in estate: erano oltre 21 milioni nel 2017, quest'anno saranno 200 mila in meno. In lieve calo la durata media dei soggiorni (8,2 giorni rispetto agli 8,4 del 2017);
- Saranno 26,1 milioni i viaggi per vacanza, con un calo dell'1% rispetto al 2017 (quando erano stati 27,8 milioni), per una spesa totale di 15 miliardi di euro;
- In lieve calo anche le presenze: saranno circa 218 milioni rispetto ai quasi 223 milioni del 2017;

Roma, 23 luglio 2018 – Nel 2018, dopo tre anni di decisa ripresa, i principali indicatori sulle vacanze degli italiani segneranno una (leggera) frenata. Dando uno sguardo alle previsioni sulle presenze nelle località turistiche del Belpaese da luglio a settembre sembra che l'incertezza, non soltanto meteorologica, stia incidendo sulle scelte degli italiani. Questo è quanto emerge dai dati dell'Ufficio Studi della Fipe - Federazione Italiana Pubblici Esercizi, secondo i quali 26,9 milioni di italiani (il 34,6% della popolazione) si concederanno una vacanza tra luglio e settembre (era il 34,9% nel 2017).

L'aumento del numero di italiani che non farà vacanze estive tra luglio e settembre evidenzia lo stato di incertezza che sembra ancora caratterizzare la domanda interna. Nel complesso, i viaggi estivi con destinazione l'Italia ed estero saranno poco più di 26 milioni (27,8 milioni nel 2017).

"I dati del nostro Ufficio studi sulle vacanze estive degli italiani mettono in evidenza una leggera flessione sia dei viaggi che delle presenze. Quest'anno saranno meno di 21 milioni gli italiani in vacanza, un dato leggermente inferiore a quello registrato nel 2017 – ha dichiarato Roberto Calugi, Direttore Generale Fipe, per una spesa stimabile in 15 miliardi di euro. Tre anni di progressiva crescita ci inducevano a pensare che anche nel 2018 la propensione a viaggiare degli italiani si irrobustisse ulteriormente. Invece condizioni meteo che hanno ritardato l'avvio della stagione e un clima economico che rimane incerto stanno condizionando i risultati della stagione. Dobbiamo di nuovo sperare nel buon andamento del turismo straniero".

Complessivamente tra luglio e settembre le presenze saranno circa 218 milioni, in calo del 2,4% rispetto ai quasi 223 milioni del 2017. Come nella più classica delle estati italiane, agosto la farà da padrone con oltre 102 milioni di presenze, seguito da luglio (circa 78 milioni) e settembre (38 milioni).

La durata media delle vacanze sarà di 8,2 giorni in flessione rispetto al 2017, quando fu di 8,4 giorni.

Ufficio Stampa FIPE
Deborah Moleri, 392 9020133, deborah.moleri@mediatryche.it
Luca Cigliano, 393 8138965, luca.cigliano@mediatryche.it



Piazza G.G. Belli, 2 - 00153 ROMA
Tel. +39 06 58.39.21 - Fax +39 06 581.86.82
www.fipe.it - segreteria@fipe.it



Indagine sui consumi Fuori Casa

DESCRIZIONE

Rilevazione basata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo della popolazione italiana di età superiore ai 18 anni. La numerosità campionaria è pari a n. 1.000 casi.

OBIETTIVI

L'analisi è finalizzata a rilevare, descrivere ed analizzare i comportamenti dei consumatori con riferimento al fenomeno del "mangiare fuori casa"

ATTIVITÀ

I risultati dell'osservatorio vengono presentati nell'ambito dell'assemblea annuale e della conferenza stampa per il rapporto annuale sui pubblici esercizi ai quali è dedicato un intero capitolo. Il report completo viene diffuso dall'Ebnt.



Indagine Spreco Alimentare

DESCRIZIONE

L'accresciuta sensibilità verso il tema dello spreco alimentare ha indotto la Federazione ad indagare sulle opinioni dei ristoratori sul tema.

OBIETTIVI

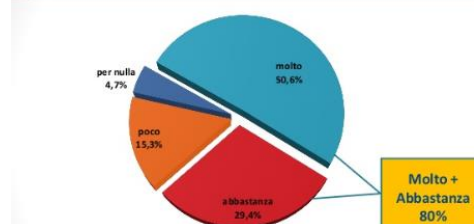
L'analisi è finalizzata a rilevare l'impegno e l'attenzione alla sostenibilità messa in campo dai bar e ristoranti italiani, con particolare riferimento al tema dello spreco alimentare.

ATTIVITÀ

I risultati sono stati presentati nell'ambito di una conferenza stampa in cui è stato divulgato il nome italiano della doggy bag.



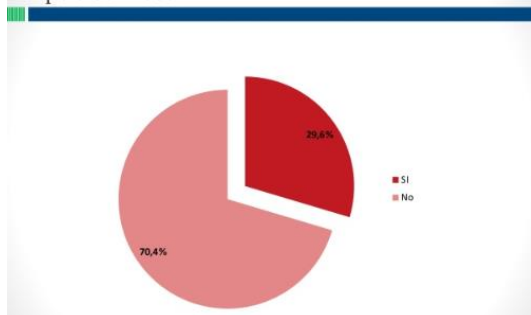
Quanto è rilevante lo spreco di cibo al ristorante?



#SPRECOALIMENTARE

la risposta della ristorazione italiana

Conosce l'iniziativa sulla "doggy bag" promossa da Fipe e Comieco?



Roma, 10 ottobre 2018



Indagine Qui! Group

DESCRIZIONE

Gestione delle conseguenze derivanti dal fallimento della Qui! Group S.p.a.

OBIETTIVI

L'analisi è finalizzata a Individuare il danno economico effettivamente subito dai Pubblici Esercizi da parte della Qui!Group S.p.a.

ATTIVITÀ

I risultati sono stati utilizzati negli incontri con il Ministero per evitare ripercussioni economiche ai danni degli esercenti



Politiche per lo sviluppo

Le trasformazioni della società e del sistema competitivo richiedono capacità di lettura e disponibilità di strumenti per modellare l'impresa al mutato contesto.

Le piccole imprese fanno spesso fatica, per evidenti limiti oggettivi, a mettere a disposizione del management sia le chiavi interpretative del cambiamento che gli strumenti necessari per adeguare i processi aziendali.

Partendo da questa premessa la Federazione è impegnata da anni a sviluppare iniziative funzionali a nuove opportunità di business per le imprese associate, a ridurre i costi e migliorare la gestione.

Rientrano in tale ambito la definizione di accordi con partner della filiera, la realizzazione di prodotti dedicati ai soci, lo sviluppo di competenze manageriali tra gli imprenditori, l'accesso all'innovazione.

Tutte le attività presentate nelle pagine che seguono hanno lo stesso denominatore comune: fornire alle imprese associate idee e strumenti utili a migliorare la capacità dell'azienda di stare sul mercato.

Credito, innovazione e formazione sono i tre angoli dello spazio nel quale la Federazione si è mossa nel corso del 2018 e nel quale è impegnata anche per l'anno in corso.



Fipe Business School

DESCRIZIONE

Scuola di formazione manageriale per gli imprenditori dei pubblici esercizi di forte impatto e altamente fruibile da parte dell'imprenditore

OBIETTIVI

Modelli e strumenti innovativi a disposizione delle imprese per migliorare la capacità di stare sul mercato, la redditività delle imprese e contrastare l'elevato turnover imprenditoriale.

ATTIVITÀ

I corsi hanno riguardato cinque aree tematiche. Per ogni corso hanno partecipato almeno 15 imprese. Ad ogni partecipante è stata donata una sacca contenente una agendina con logo FBS e una guida business bar o ristorante. Le città interessate sono state: Bari, Roma, Viterbo, Cosenza, Grosseto, Pistoia, Pisa, San Benedetto del Tronto, Savona e Pescara.

FIPE
BUSINESS SCHOOL

...prossimamente anche nella tua città

In collaborazione con **partesa**

FEDERAZIONE ITALIANA PUBBLICI ESERCIZI
FIPE

CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA

I MODULI FORMATIVI

COME TRASFORMARE GLI UTENTI DELLA RETE IN CLIENTI DEL TUO LOCALE

Il massiccio utilizzo dei Social come luogo di incontro tra le persone e scambio di informazioni, in particolare su tempo libero e food, è il punto di partenza di un modulo formativo pensato per cogliere importanti opportunità di business

TREND DI CONSUMO OPPORTUNITÀ DI FATTURATO

Interpretare le esigenze del target e l'evoluzione dei suoi bisogni è la chiave fondamentale per il successo di un'impresa. I nuovi trend della domanda sono la fonte di ispirazione per intercettare nuove opportunità di fatturato

COME TRASFORMARE LE VOCI DI COSTO IN LEVE DI FATTURATO

I costi di gestione del ristorante, l'assortimento, la scelta dei fornitori e dei canali d'acquisto sono da sempre una criticità per gli imprenditori del settore. Questo modulo spiega in modo chiaro e innovativo le modalità per tenere sotto controllo le variabili chiave del business

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DEL PERSONALE

Le risorse umane sono il punto di riferimento per ogni impresa della ristorazione che voglia fare qualità ed essere competitiva. Questo modulo offre spunti e strumenti per far sì che anche in una piccola impresa le persone siano ben organizzate, motivate e valorizzate

ELEMENTI CHIAVE PER IL SUCCESSO DELLA START UP DEL TUO LOCALE

Le maggiori difficoltà nell'avvio di un'impresa sono la scarsa conoscenza dei meccanismi del mercato, del target di riferimento e la mancanza di pianificazione economico-finanziaria, la corretta combinazione di questi elementi è la garanzia migliore per costruire un'attività di successo

Fondo Est

DESCRIZIONE

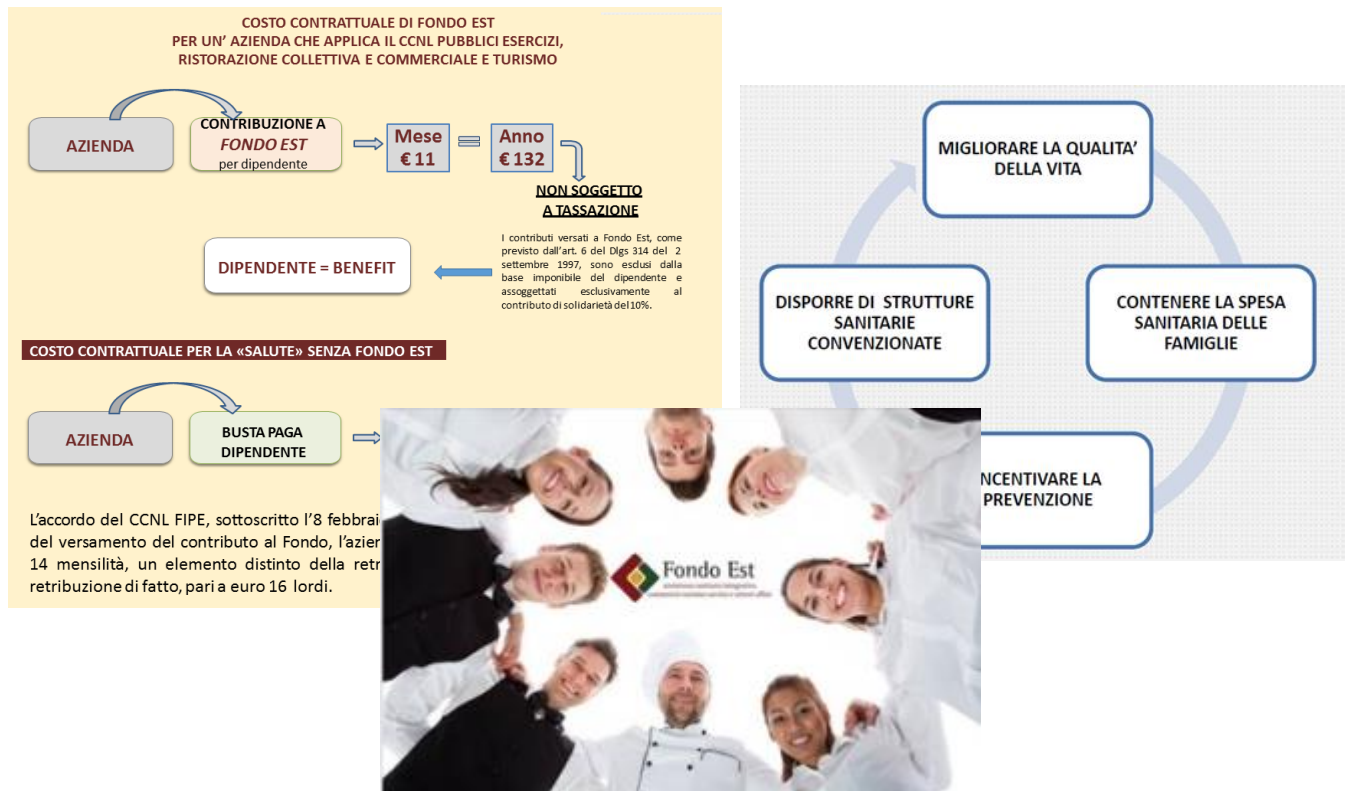
Alcune evidenze raccolte nel corso di analisi sul rapporto tra lavoratori dipendenti dei pubblici esercizi e tasso di adesione ai fondi di assistenza sanitaria previsti dal contratto di settore hanno suggerito che fosse necessaria un'azione per far conoscere in modo più forte gli strumenti previsti dal contratto.

OBIETTIVI

Migliorare l'approccio al welfare aziendale delle imprese nel settore dei pubblici esercizi, attraverso una maggiore conoscenza dell'offerta dei servizi del fondo di assistenza sanitaria integrativa Fondo Est al fine di migliorare produttività e fidelizzazione dei dipendenti.

ATTIVITÀ

Rapporto: il mercato del lavoro nei pubblici esercizi e lo sviluppo del welfare aziendale, Verifica della presenza sui social network e dell'accessibilità del sito Fondo Est, Campagna Social, Incontri sul territorio



SOS Recensioni

DESCRIZIONE

Attivazione di un canale diretto, tramite email dedicata, con il centro gestione di TripAdvisor per la valutazione delle segnalazioni effettuate dalle imprese associate relativamente a recensioni sospette. L'attività viene svolta dalle associazioni territoriali mentre alla Federazione spetta il compito di coordinamento ed analisi dei flussi. In tale ambito va anche segnalata l'attività per migliorare la classificazione delle imprese sulla piattaforma distinguendo tra ristoranti con servizio e attività senza servizio.

OBIETTIVI

Supportare le aziende a gestire la presenza sulla piattaforma anche contrastando il fenomeno delle false recensioni, migliorare la classificazione delle imprese.

ATTIVITÀ

Raccolta segnalazioni, supporto associazioni, realizzazione vademecum, recensioni, proposta di una nuova classificazione dei ristoranti.

Numero di segnalazioni arrivate: 16

Numero di segnalazioni sospese: 1

Numero di segnalazioni chiuse: 15

Numero di segnalazioni chiuse con esito positivo: 10

Rimozione di recensioni: 6

Problemi con il listing della struttura: 3

Richiesta di investigazione: 1

Numero di segnalazioni chiuse con esito negativo: 5

Recensioni non rimosse: 5



Sportello per la gestione delle problematiche relative alla piattaforma di TripAdvisor



Vademecum Allergeni “cambiamo prospettiva”

DESCRIZIONE

Strumenti per la gestione degli allergeni nelle attività di pubblico esercizio.

OBIETTIVI

Favorire, attraverso l'azione delle associazioni territoriali, la compliance delle aziende associate relativamente alle norme sull'etichettatura.

ATTIVITÀ

Realizzazione del vademecum allergeni, una guida interattiva per la gestione della presenza degli allergeni nel menu.

**ALLERGENI
CAMBIAMO PROSPETTIVA**

...DAL RISPETTO DELLA
NORMATIVA SUGLI ALLERGENI
AL RAFFORZAMENTO DELLA
COMPETITIVITÀ DEL PUBBLICO
ESERCIZIO.

**MANUALE INTERATTIVO PER L'APPLICAZIONE
CONSAPEVOLE E PROPOSITIVA
DEL REGOLAMENTO 1169/2011
E DEL DECRETO LEGISLATIVO N°231/2017**

CONSIGLI OPERATIVI PRATICI

SPIEGAZIONI FACILITATE CON QR CODE

SCHEMI E BOZZE DI DOCUMENTAZIONE

UNA NUOVA "DIMENSIONE" DEL SEGUIRE LE REGOLE...

PRESENTAZIONE E SPIEGAZIONE DELLA NORMATIVA

Con il percorso **ALLERGENI: CAMBIAMO PROSPETTIVA** ogni Pubblico Esercizio potrà risolvere nel concreto gli obblighi derivanti dalla **NORMATIVA SUGLI ALLERGENI** e nel contempo migliorare la propria organizzazione.

Solo Fipe può capire veramente le difficoltà e i problemi di un Pubblico Esercizio e per questo è nata:

FIPE SOLUZIONI

un insieme di **PUBBLICAZIONI** e **STRUMENTI** capaci di offrire **SOLUZIONI** comprensibili, immediatamente applicabili e pensate per te...

prezzo 12,00 € iva inclusa
ISBN 9788890912634

FIPE SOLUZIONI
CONFERENZA ITALIANA PUBBLICI ESERCIZI
CONFCOMMERCIO
IDEE
IDEE

GLI ALLERGENI NEL MENU
NON SON PIU' PER NOI UN TABUUUU

Rimpiattino

DESCRIZIONE

Campagna contro lo spreco alimentare nella ristorazione.

OBIETTIVI

Sensibilizzare consumatori e ristoratori sul tema dello spreco alimentare.

ATTIVITÀ

Concorso per l'individuazione di un nome italiano alla doggy bag conferenza stampa di lancio del progetto (10 ottobre 2018) alla presenza del presidente della commissione agricoltura della Camera dei Deputati Filippo Gallinella e dell'on.le Maria Chiara Gadda.

Riproduzione di 10 mila rimpiattini da distribuire ai ristoranti.

Pianificazione della campagna sul territorio.



CONTRO LO #SPRECOALIMENTARE

CONCORSO DI IDEE
RIVOLTO AI SOCI FIPE

AIUTACI A TROVARE UNA
DENOMINAZIONE
IN ITALIANO ALLE DOGGY BAG

CONCORSO: 31/05/2018 ORE 24.00

REGOLAMENTI E IL REGOLAMENTO SU WWW.FIPE.IT

 rimpiattino

 rimpiattino

 rimpiattino

 rimpiattino



Prenotazioni e recensioni on line

DESCRIZIONE

Nel corso del 2018 si è conclusa l'attività sul territorio prevista dall'accordo con TheFork e TripAdvisor per promuovere il sistema delle prenotazioni on line.

OBIETTIVI

Favorire l'uso degli strumenti digitali da parte delle imprese associate.

ATTIVITÀ

1 incontro territoriale (Lucca)



Il Ristorante 2.0

15:00 Introduzione e saluti
15:30 Presentazione del Focus "Le prenotazioni online" a cura di FIPE
16:00 Le prenotazioni on line e la profilazione della clientela (a cura di TheFork)
16:30 Le recensioni on line come strumento di business (a cura di TripAdvisor)
17:00 Q&A

Dove

Confcommercio Lucca e Massa Carrara
 sede di Lucca - Salone 1° piano
 Via Fillungo n° 121 - 55100 Lucca

Quando

Lunedì 19 Febbraio - ore 15.00



Il Web è Servito

DESCRIZIONE

Accordo con Google e Axelero, Google Premier Partner, per realizzare una serie di incontri sul territorio sul tema della digitalizzazione.

OBIETTIVI

Favorire l'uso degli strumenti digitali da parte delle imprese associate

ATTIVITÀ

12 incontri territoriali



NON NAVIGHIAMO SU INTERNET VIVIAMO ONLINE

25,8 MILIONI DI ITALIANI
NAVIGANO DA SMARTPHONE OGNI GIORNO

QUAL'E' LA TUA PRESENZA ON LINE?

4,1 MILIONI
ACQUISTANO ON LINE IN UN MESE

CHI NON TI CONOSCE COME PUÒ TROVARTI?

1,2 MILIARDI DI EURO
GLI ACQUISTI FATTI VIA SMARTPHONE

13 MILIONI DI UTENTI
SI DICHIARANO INTERESSATI A RICEVERE PROMOZIONI ON LINE

QUALI INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE DEVI ADOTTARE?

Sale! Sale! Sale!
-30% -50% -20%

Guida di Business Gelateria

DESCRIZIONE

Il manuale per la gestione manageriale delle gelaterie artigianali che va ad arricchire la collana “Le Bussole”.

OBIETTIVI

Mettere a disposizione degli imprenditori in attività e di quelli che aspirano a diventarlo, uno strumento pratico per la corretta gestione dell’impresa.

ATTIVITÀ

Volume di circa 300 pagine (in progress)



Fipe - Banca Intesa

DESCRIZIONE

Prodotti bancari e finanziari per i pubblici esercizi associati con un pricing dedicato. Da segnalare le transazioni tramite pos con zero fee sotto i 15 euro.

OBIETTIVI

Favorire l'accesso al credito per le imprese associate, ridurre i costi, migliorare la cultura finanziaria dei pubblici esercizi.

ATTIVITÀ

Incontri sul territorio da pianificare nel 2019 per presentare i contenuti dell'accordo e approfondire le tematiche del rapporto banca-impresa. Realizzazione di una pubblicazione su credito e nuovi strumenti di pagamento.



Prodotti tradizionali

Prevede che i soci, non ancora clienti di Intesa San Paolo, possano accedere a pacchetti di offerta modulari con un significativo sconto sul prezzo di listino

Micropagamenti POS

Prevede l'azzeramento del pagamento delle fees per tutte le transazioni, effettuate con il POS, al di sotto dei 15 euro

Credito

Prevede tre tipologie di finanziamento:

- 1 **Finanziamento per investimenti:** un prodotto con condizioni dedicate a sostegno dei programmi di investimento dei beneficiari con un ammortamento fino a 7 anni e la possibilità di ricorrere al Fondo di Garanzia al fine di agevolare l'accesso al finanziamento
- 2 **Finanziamento Tandem:** un prodotto innovativo che grazie a una convenzione tra banca e fornitore consente ai soci di dilazionare il pagamento nel tempo e far pagare una parte del costo del debito ai fornitori
- 3 **Finanziamento per i creditori Qui!Group:** un prodotto dedicato ai soci che vantano crediti nei confronti di Qui!Group S.p.a. con un plafond di 100 milioni di euro e un tetto di 50 mila euro di crediti per singola impresa.

Food Delivery

DESCRIZIONE

Tavolo con le principali piattaforme finalizzato ad approfondire il modello di business del food delivery.

OBIETTIVI

Individuare possibili opportunità e vantaggi per le imprese associate.

ATTIVITÀ

Analisi del sistema competitivo e della catena del valore



Assistenza al territorio, comunicazione, fiere

DESCRIZIONE

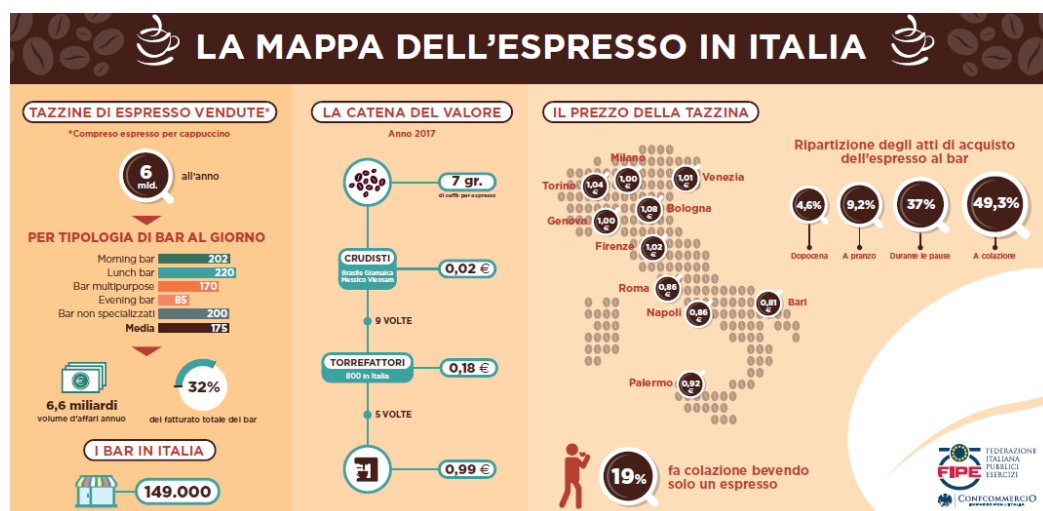
Sviluppo ed elaborazione di analisi e dati a livello territoriale e stesura di articoli tematici.

OBIETTIVI

Supportare le diverse associazioni presenti sul territorio, i mass media e i diversi eventi che riguardano la Federazione.

ATTIVITÀ

Evasione delle richieste provenienti dalle associazioni territoriali e dalle testate/trasmmissioni giornalistiche, tramite l'invio dei dati ricercati. Invio mensile di un articolo alla testata Mixer per la pubblicazione. Supporto all'attività fieristica.



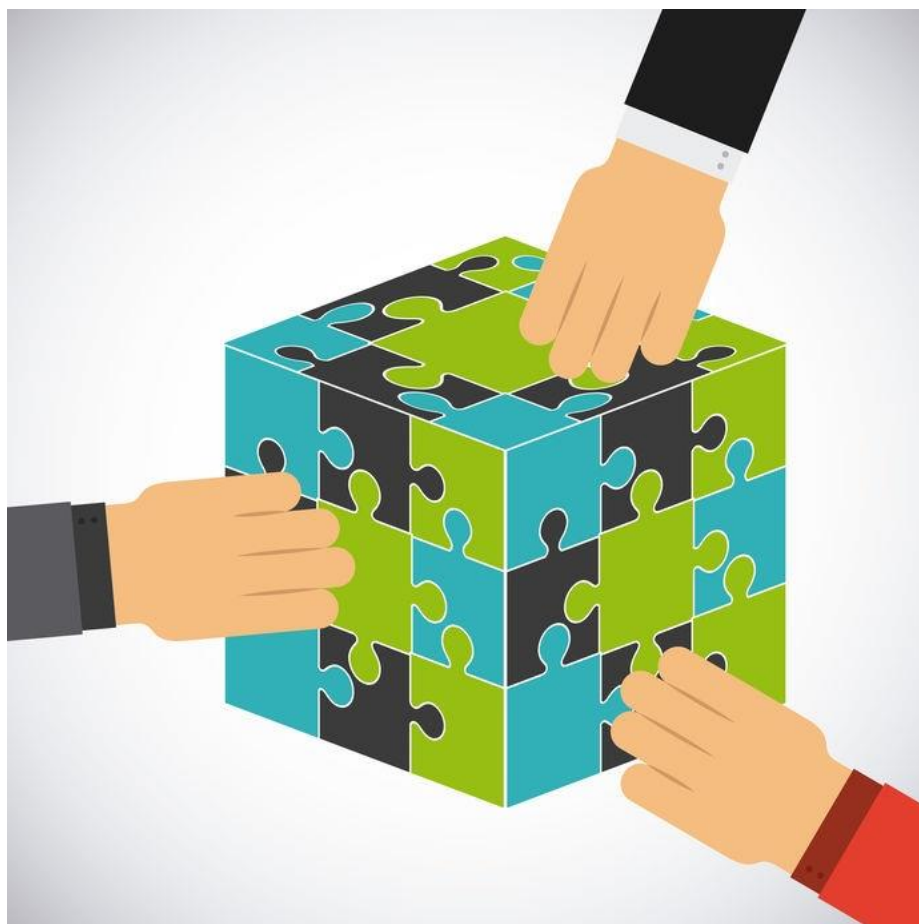
Organizzazione

Nel 2018 a seguito della riorganizzazione interna della Federazione, è stata ripristinata la funzione dell'area dell'organizzazione, al fine di rilanciare attività di supervisione e coordinamento dei rapporti con i Soci Federali.

L'organizzazione cura le relazioni tra la Federazione e le Associazioni territoriali e tra la Federazione e i Sindacati Nazionali.

L'obiettivo dell'organizzazione consiste nella valorizzazione della collaborazione virtuosa tra le competenze verticali e la rappresentanza territoriale al fine di essere compatti, trasparenti, competenti e credibili nei confronti delle Istituzioni su problemi di interesse prioritario, quale l'istanza delle imprese associate.

A tal fine, la Federazione mette a disposizione delle Associazioni territoriali le competenze e le conoscenze che da sempre la contraddistinguono al fine di supportarle e farsi portatrice degli interessi delle imprese stesse.



ANBC – Associazione Nazionale Banqueting e Catering

DESCRIZIONE

La Federazione, al fine di ampliare il novero dei propri associati, ha fornito assistenza e supporto all'Associazione Nazionale Banqueting e Catering- ANBC, l'associazione che rappresenta e tutela a livello nazionale gli interessi sociali, morali ed economici dei titolari (sia persone fisiche che giuridiche) di imprese che svolgono attività di organizzazione di ricevimenti e banchetti con attività di somministrazione di alimenti e bevande a domicilio del consumatore.

OBIETTIVI

La Federazione, raccogliendo le istanze di una serie di imprese a livello nazionale, si è fatta promotrice della creazione di una nuova associazione di categoria degli operatori di catering e banqueting, in grado di sostenere il comparto relativamente alle diverse sfide e difficoltà che il mercato contingente presenta, con l'intento di ampliare la base associativa federale.

ATTIVITÀ

Tre sono stati gli eventi organizzati dalla Federazione che hanno portato alla costituzione di ANBC:

- ➔ 21 febbraio 2018 a Roma
- ➔ 9 maggio 2018 a Roma
- ➔ 18 giugno 2018 a Genova

Numerose sono state le imprese presenti agli incontri, durante i quali i titolari delle aziende hanno avuto modo di confrontarsi al fine di tutte le problematiche da affrontare a livello nazionale.

Il 15 novembre 2018 a Roma presso la sede della Federazione è stata costituita ANBC in presenza del Notaio Maria Chiara Bruno, del Vice Presidente Amministratore FIPE Ilario Perotto e del Direttore Generale FIPE Roberto Calugi.

La Federazione ha assistito il Presidente e gli associati della neo costituita ANBC (Associazione Nazionale Banqueting e Catering), nella redazione dello statuto e negli step successivi alla costituzione.



Gruppo Giovani Imprenditori Fipe

DESCRIZIONE

La Federazione, così come previsto dalle disposizioni statutarie all'art.43, da tempo ha costituito un Gruppo dei Giovani Imprenditori FIPE, composto da giovani titolari di imprese associate che non abbiano ancora compiuto il 39° anno di età. Il Gruppo è guidato dal Presidente Matteo Musacci e ha come fine diretto l'identificazione delle esigenze della nuova imprenditoria giovanile.

OBIETTIVI

Rivitalizzare il gruppo dei Giovani imprenditori, interagendo sinergicamente con i Giovani imprenditori di Confcommercio Nazionale per valorizzare il peso degli operatori del settore dei pubblici esercizi all'interno delle diverse iniziative portate avanti da questo organismo.

ATTIVITÀ

E' stata effettuata una ricognizione territoriale dei giovani imprenditori, titolari di pubblici esercizi, attivi all'interno degli organi delle associazioni territoriali. Sono pervenute numerose risposte da tutta Italia. I Giovani imprenditori FIPE sono poi stati invitati dal Presidente Musacci al XI Forum Nazionale dei Giovani di Confcommercio, tenutosi a Sirmione il 22 e il 23 novembre 2018.



Piani di sviluppo della base associativa

DESCRIZIONE

Vista la sempre più crescente esigenza di comunicare i valori di FIPE sul territorio, la Federazione ha lavorato per migliorare la propria capacità di servizio nel progettare e implementare azioni in grado di supportare concretamente le associazioni territoriali nel dialogo con le imprese e lo sviluppo della base associativa.

OBIETTIVI

In linea con quanto deliberato nella seduta del 23 maggio 2018 del Comitato Direttivo, rafforzare il rapporto con il territorio attraverso un “patto” per lo sviluppo territoriale della Federazione che prevede una serie di impegni in capo alle Associazioni Territoriali morose, a fronte dei quali FIPE potrà ridurre le esposizioni pregresse.

ATTIVITÀ

E' stata effettuata un analisi del rapporto tra la Federazione e i suoi Associati Territoriali.

Sono stati realizzati una serie importante di incontri sul territorio per valutare, insieme ai rappresentanti delle Associazioni Territoriali e della Federazione, le misure più opportune per il recupero e/o sviluppo della base associativa in loco.

E' stato messo a punto e approvato dagli organi della Federazione un accordo tipo che regola modalità e tempi per il recupero dei territori.



Assistenza alle associazioni nazionali

DESCRIZIONE

In piena linea con lo spirito organizzativo che caratterizza questa area, la Federazione fornisce costante supporto alle Associazioni Nazionali aderenti al fine di implementare un proficuo dialogo con i propri associati e favorire lo sviluppo della base associativa.

OBIETTIVI

Migliorare la capacità di servizio nell'assistenza alle Associazioni Nazionali aderenti alla Federazione, quali SILB, SIB, AIGRIM, FEDERGIOCO, ANFR e ANSEB, al fine di sostenerne l'attività politico-sindacale.

ATTIVITÀ

L'area organizzazione è stata presente a numerose riunioni degli organi delle Associazioni Nazionali, quali Giunte di Presidenza e Consigli Direttivi, in qualità di verbalizzante. Inoltre la Federazione, attraverso l'organizzazione, si è fatta portatrice degli interessi delle Associazioni Nazionali anche a livello europeo, promuovendo sondaggi e redigendo position paper.



Al bar e ristorante scelgo io!

DESCRIZIONE

“Al bar e ristorante scelgo io!” è un progetto nato nel 2016 per rendere più semplici le ordinazioni nei pubblici esercizi ai bambini in età prescolare e a tutte quelle persone che per diverse ragioni non sono in grado di farsi capire facilmente.

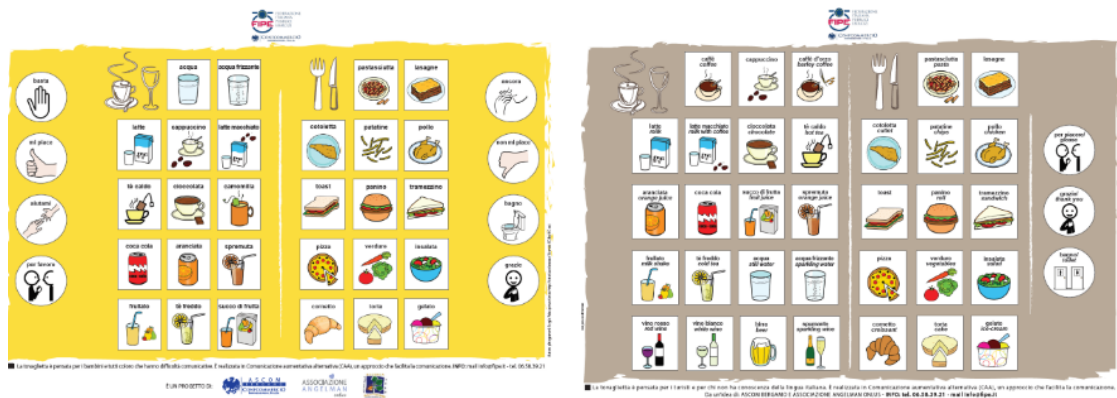
OBIETTIVI

Valorizzazione del ruolo sociale dei bar e ristoranti, garantendo accoglienza e qualità del servizio, attraverso la distribuzione a tutti i locali aderenti di tovagliette con illustrazioni e semplici diciture, in versione italiana e inglese, al fine di semplificare le ordinazioni.

ATTIVITÀ

Il progetto è stato rilanciato nel 2018 a seguito di numerose richieste pervenute, tramite “facebook”, non solo da parte di associati ma anche di associazioni (onlus) che si occupano di disabilità.

Il successo del rilancio del progetto è stato tale da portare l’utilizzo delle tovagliette proposte da FIPEC fino in Grecia.



Contesto internazionale

L'attività di rappresentanza della Federazione si estende oltre i confini nazionali.

Al fine di indirizzare lo sguardo delle imprese del settore oltre i confini nazionali per intercettare i cambiamenti mondiali FIPE aderisce a livello internazionale ad Hotrec, associazione europea dei Bar, Ristoranti e Cafés.

Infatti a seguito delle indicazioni emerse nel corso della seduta del Consiglio Direttivo dello scorso 16 febbraio, ove è stata evidenziata l'importanza dei processi di internazionalizzazione e della partecipazione ad eventi con associazioni appartenenti a stati esteri, la federazione ha partecipato attivamente ad importanti progetti internazionali.



Hotrec

DESCRIZIONE

Gli uffici federali hanno collaborato con gli uffici dell'Hotrec a Bruxelles per condividere aggiornamenti, difficoltà e azioni. Per quanto riguarda l'attività legislativa e di lobby, Fipe ha partecipato ai gruppi di lavoro con i rappresentanti delle altre associazioni europee sui temi di interesse: food, health, alcol, sharing economy, ecc.

OBIETTIVI

Attraverso la proficua collaborazione con Hotrec, Fipe è riuscita a ottenere importanti risultati a difesa degli interessi dei propri associati, come l'accoglimento della proposta emendative relative alle proposte di direttive in materia di acqua potabile e plastica.

ATTIVITÀ

La Federazione nell'ambito della collaborazione con Hotrec nel 2018 ha:

- ➔ Collaborato con la Commissione Europea nella redazione di un documento guida per gli operatori del settore alimentare, al fine di applicare in maniera corretta il Regolamento UE 2017/215 della Commissione Europea che istituisce misure di attenuazione e livelli di riferimento per la riduzione della presenza di acrilammide negli alimenti.
- ➔ Presentato al Parlamento Europeo proposte emendative, accolte dallo stesso, relative alla proposta di direttiva UE concernente la qualità delle acque destinate al consumo umano, eliminando così l'obbligo posto dalla proposta di direttiva in capo ai ristoranti, di servire gratuitamente acqua anche a coloro che non sono clienti.
- ➔ Collaborato nella redazione di position paper relativi alla direttiva in materia di riduzione dell'incidenza di determinati prodotti di plastica monouso quali piatti, stoviglie e contenitori per alimenti.
- ➔ Collaborato nella redazione di position paper relativi alla proposta di direttiva relativa all'equilibrio tra attività professionale e vita familiare per i genitori e i prestatori di assistenza al fine di uniformare la normativa europea in materia di congedi parentali e parità di genere.
- ➔ Collaborato nella redazione di norme tecniche redatte dall'organizzazione internazionale per la normazione relative al turismo accessibile, apportando modifiche alla parte relativa ai ristoranti, attraverso l'introduzione di raccomandazioni o modifiche del testo, al fine di rendere il testo più ragionevole e bilanciato.
- ➔ Condiviso best practices in materia di sicurezza.
- ➔ Condiviso best practices in materia di riduzione del consumo di alcol.
- ➔ Contribuito nella redazione della posizione di Hotrec relativa alla proposta della Commissione Europea di inserire un limite massimo ai grassi insaturi negli alimenti.
- ➔ Espresso il suo parere in merito alla proposta di direttiva della Commissione Europea volta all'abolizione permanente dell'ora legale.

- ➔ Contribuito nella redazione di position paper sulla proposta di direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio relativa a condizioni di lavoro trasparenti e prevedibili nell'Unione Europea.
- ➔ Partecipato alla "Restaurant Task Force" a Bruxelles, il 14 giugno 2018.
- ➔ Partecipato alla 76° assemblea generale di Hotrec tenutasi a Vienna dal 25 al 27 aprile 2018 .
- ➔ Partecipato alla 77° assemblea generale di Hotrec tenutasi a Cracovia dal 17 al 19 ottobre a Cracovia. In questa sede la Federazione ha raggiunto un importante traguardo, la nomina del Consigliere Flamini quale membro del Comitato Esecutivo di Hotrec dal 2019.
- ➔ Partecipato alla riunione plenaria del Sectorial Social Dialogue a Buxelles il 30 novembre 2018.



National Restaurant Association

DESCRIZIONE

La Federazione, nell'ottica di avviare processi di internazionalizzazione e della partecipazione ad eventi con associazioni internazionali, ha avviato una collaborazione con la National Restaurant Association, l'associazione americana leader nel settore della ristorazione

OBIETTIVI

Avviare uno scouting all'interno del mercato americano e condividere best practices con operatori del settore provenienti da realtà e culture culinarie diverse da quella italiana.

ATTIVITÀ

Il 18 ottobre, a Firenze, è stato organizzato un incontro di confronto tra la delegazione americana della National Restaurant Association e la delegazione di Fipe, dove entrambe le delegazioni hanno avuto modo di condividere esperienze.

A seguito dell'incontro l'associazione americana si è mostrata ben propensa e favorevole a instaurare una collaborazione con la Federazione.



LA NAZIONE Data 18-10-2018
Pagina 25
Foglio 1

Ristorazione, Firenze capitale

La grande alleanza con gli Usa

Oggi il vertice tra i maggiori operatori americani e i colleghi toscani

FIRENZE
LA TOSCANA eccellenza in fatto di cibo, con Firenze che torna ad essere per un giorno 'capitale' della ristorazione italiana. Oggi arriva, infatti, nel capoluogo toscano la delegazione della National Restaurant Association, la più grande associazione di ristoratori negli Stati Uniti, per incontrare una rappresentanza degli operatori toscani del settore, coordinati da Confcommercio e Fipe, la Federazione italiana dei pubblici esercizi.

Dagli Usa arriveranno appositamente per l'incontro, fissato alle ore 11 presso il ristorante Oca d'Asia in via dei Georgofili, la presidente della National Restaurant Association, Dawn Sweeney, e i consiglieri Jay Steiber, vicepresidente esecutivo della catena di ristoranti 'Lettae Entertain You Enterprises', ora oltre 120 locali dislocati in 11 Stati, e Christine Ricchi, titolare ed executive chef de 'I Ricchi' a Washington D.C., uno dei primi ristoranti tipici toscani aperto negli Stati Uniti, fra i top restaurant del Nord America. Ad accoglierli il presidente di Fipe-Confcommercio Toscana, Aldo Curano, e il direttore di Conf-

A TAVOLA Aldo Curano, presidente di Fipe-Confcommercio Toscana, Franco Maritoni direttore di Confcommercio Toscana e Dawn Sweeney, presidente della National Restaurant Association

no organizzato per il tramite della Camera di Commercio di New York. L'obiettivo è quello di confrontare orientamenti del mercato e best practice nella ristorazione fra Italia e Stati Uniti, anche per sviluppare eventuali alleanze commerciali. «Per gli operatori toscani della ristorazione – sottolinea il presidente della Fipe Toscana, Aldo Curano – si tratta di un'opportunità importante per stabilire un

contatto con l'Associazione americana, anche in vista di una serie di programmi dedicati al mondo della ristorazione che la Camera di Commercio italo-americana sta lanciando negli Usa». Il programma della giornata prevede alle ore 11.15 un primo momento istituzionale di presentazione e discussione, poi il pranzo a base di specialità della cucina toscana.

Monica Pieraccini

Fondazione Gualtiero Marchesi

DESCRIZIONE

La Federazione, nell'anno del cibo italiano, ha avviato una collaborazione con la Fondazione Gualtiero Marchesi, volta a rendere omaggio al Maestro Marchesi attraverso la sua visione della cucina come forma di arte.

OBIETTIVI

Promozione della cucina italiana nel mondo.

ATTIVITÀ

La Federazione ha svolto un ruolo di primo piano nella collaborazione con la Fondazione Gualtiero Marchesi promuovendo la cucina italiana in una serie di eventi, il primo di questi tenutosi a Milano il 19 febbraio 2018. Successivamente gli eventi hanno toccato diverse città nel mondo quali Chicago (12 novembre 2018), New York (15 novembre 2018), Hong Kong (19 novembre 2018), Pechino (22 novembre 2018) e Tokyo (26 novembre 2018).



Comunicazione

La Comunicazione è il biglietto da visita della Federazione. È il doppio filtro con cui la Fipe interagisce con il mondo esterno e viceversa. Gli strumenti della comunicazione sono innumerevoli così da poter affermare a buon motivo che tutto è comunicazione e che è impossibile non comunicare.

Il concetto è esplicitato dal paradosso che anche il non comunicare è una comunicazione. Riducendo l'attività in una sfera meramente tecnicistica, la comunicazione viene attivata per valorizzare le attività svolte dalla Federazione e per tutelare il settore rappresentato.

Oggi più che mai con il crescere dell'era digitale è fondamentale gestire con la massima attenzione sia la comunicazione on line che off line.



Sito www.fipe.it

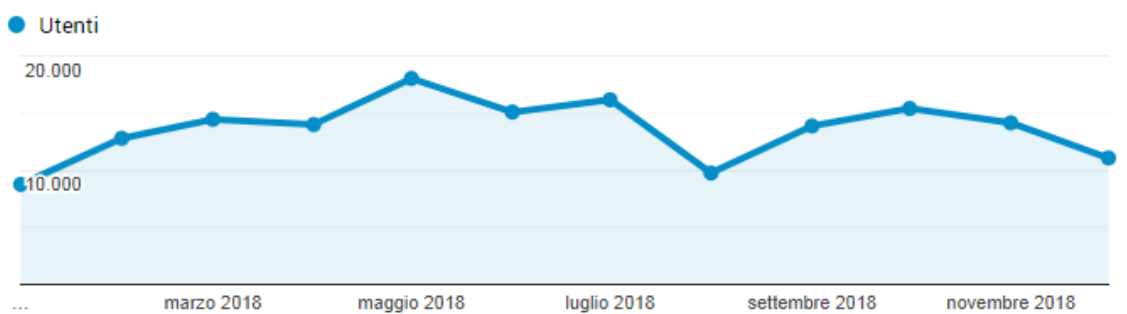
DESCRIZIONE

Il portale Fipe rappresenta da un lato il biglietto da visita per il mondo esterno e dall'altro un'area di consultazione per il sistema associazioni. Dal 2015 si è scelto di rendere la maggior parte delle informazioni pubbliche accessibili a chiunque, conservando un'area riservata dove possono accedere solo le associazioni. E' divenuto uno strumento di conoscenza e sharing.

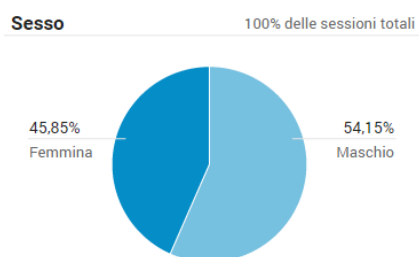
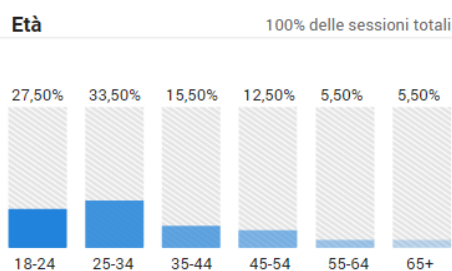
OBIETTIVI raggiunti

Dal 1 gennaio al 31 gennaio 2018 questi i numeri del sito Fipe:

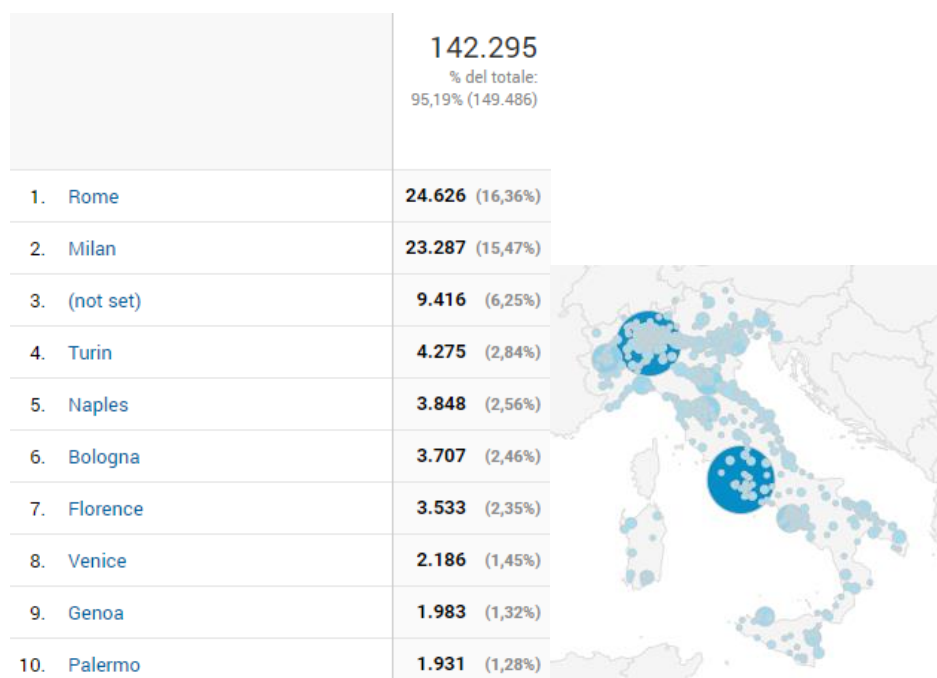
- ➔ 149.486 Utenti
- ➔ 199.259 Sessioni
- ➔ 911.391 Visualizzazioni di pagina



una media di + di 12.000 utenti/mese così suddivisi:



Paese	Utenti	% Utenti
1. Italy	142.295	95,48%
2. United States	1.780	1,19%
3. United Kingdom	620	0,42%
4. France	572	0,38%
5. Germany	480	0,32%
6. Switzerland	306	0,21%
7. Spain	261	0,18%
8. Peru	227	0,15%
9. Canada	161	0,11%
10. Netherlands	159	0,11%



Attraverso il form di contatto del sito sono stati inviati alle associazioni territoriali **57** nuovi **contatti** tra bar e ristoranti.

ATTIVITÀ:

Il sito è stato aggiornato costantemente con una cadenza quasi quotidiana. Nel corso del 2018 sono stati infatti pubblicati oltre 800 articoli tra pubblici e privati cercando di coprire tutte le principali tematiche del settore.

Nel mese di dicembre è stato anche caricato (reso visibile solo a gennaio 2019) il testo completo e consultabile del CCNL per i dipendenti da aziende dei settori Pubblici Esercizi, Ristorazione Collettiva e Commerciale e Turismo, visto il successo del precedente contratto di cui il solo indice in 5 anni è stato visualizzato 91.770 volte.



Social Network

DESCRIZIONE

La Fipe è presente sui principali social dal loro nascere. Fino al 2017 gli strumenti su cui si era più lavorato erano: facebook, twitter, youtube e slideshare (quest'ultimo utilizzato soprattutto per caricare slides che si intende divulgare pubblicamente). A metà del 2018 si è deciso di investire anche su linkedin, uno strumento poco usato dal nostro pubblico finale (ristoranti e bar) ma molto dai mass media.

L'attività di comunicazione "Social" si è sviluppata lungo alcuni asset precisi:

- ➔ Segnare una presenza costante sui Social Media

(su twitter e facebook con una cadenza giornaliera, programmando i temi delle relative uscite, dando anche spazio al rilancio delle attività proposte dalle varie associazioni territoriali; su linkedin con una cadenza meno regolare, legata principalmente all'uscita di note stampa e di notizie riguardanti il settore di interesse per i mass media)

- ➔ Dare un volto alla Federazione
- ➔ Posizionare Fipe come referente del mondo del fuoricasa

OBIETTIVI raggiunti

Nel corso del 2018 l'attività social è stata molto soddisfacente a livello di risultati raggiunti. Si è ingrandito il bacino di pubblico raggiunto e ci sono state maggiori interazioni con i post pubblicati, muovendoci sempre solo ed esclusivamente su post organici, non a pagamento.

Twitter

Il profilo twitter ha 2.569 follower, 4.706 tweet. A seguire le coperture dell'anno mese per mese

Mese	Tweet	Visualizzazioni Tweet	Visite al profilo	Menzioni	Nuovi follower
Dicembre	32	36.500	2.037	101	21
Novembre	100	54.000	2.963	94	1
Ottobre	57	44.000	2.987	89	32
Settembre	30	33.700	2.069	89	22
Agosto	17	32.800	1.242	78	0
Luglio	68	50.000	2.843	131	29
Giugno	55	35.200	2.233	74	16
Maggio	86	56.300	2.802	108	23
Aprile	41	49.400	2.012	87	23
Marzo	72	50.300	2.958	144	29
Febbraio	61	43.900	2.852	124	29
Gennaio	84	57.700	2.996	140	28

Per un totale di 703 post, 543.800 visualizzazioni in un anno, 29.994 visite di profilo, 1.259 menzioni e 253 nuovi follower

Facebook

La pagina Fipe piace a 4662 persone ed è seguita da 4661 follower. Non sono ancora mai state effettuate promozioni a pagamento per aumentare il bacino di utenza. Fino ad oggi il traffico è stato generato solo con post organici.

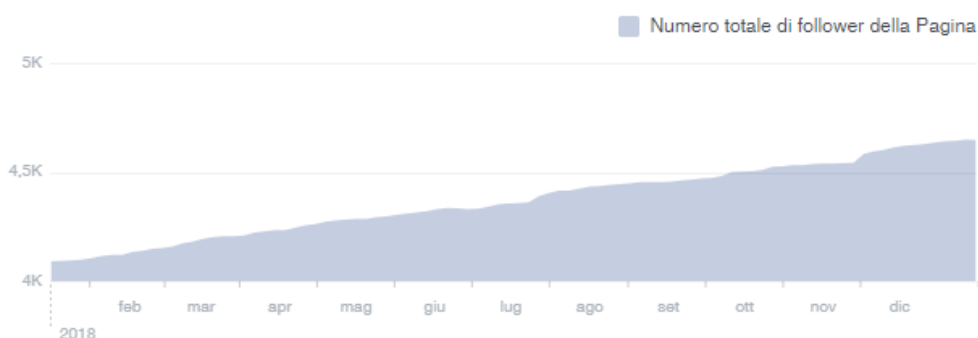
Nel corso del 2018 sono stati postati più di 350 aggiornamenti tra notizie e video.

In media in un mese si raggiungono oltre 13.000 persone e si ottengono oltre 2.400 interazioni, con un interesse ad articolo che varia da 350 a 4.100 visualizzazioni per singolo post (come da esempio immagine che segue)

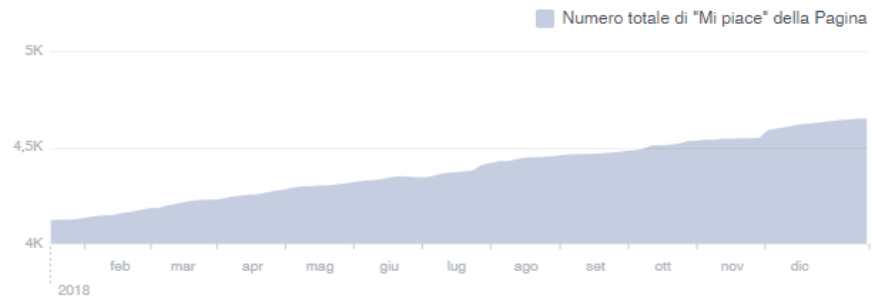
29/12/2018 20:04				2,9K		60 70	
21/12/2018 13:35				398		6 6	
21/12/2018 11:00				988		41 13	
20/12/2018 12:58				2,5K		72 65	
19/12/2018 10:15				2,6K		180 95	
18/12/2018 12:11				1,9K		134 54	
17/12/2018 15:39				1,3K		45 52	
17/12/2018 10:53				535		15 12	
14/12/2018 12:31				4,1K		177 76	

Il trend di pubblico della pagina come da grafici che seguono tende a crescere costantemente nel corso dell'anno:

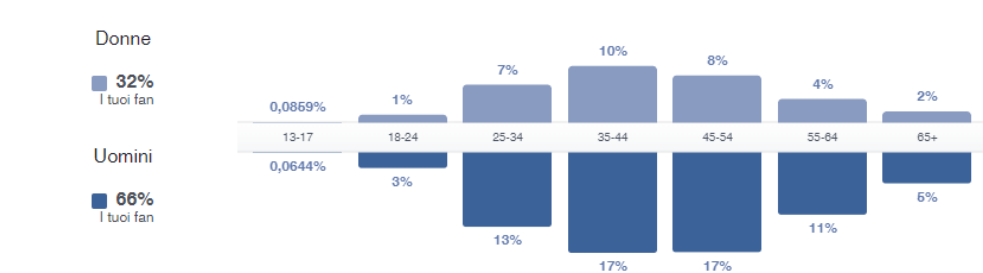
Numero totale di follower della Pagina a oggi: 4647



"Mi piace" totali della Pagina a oggi: 4648

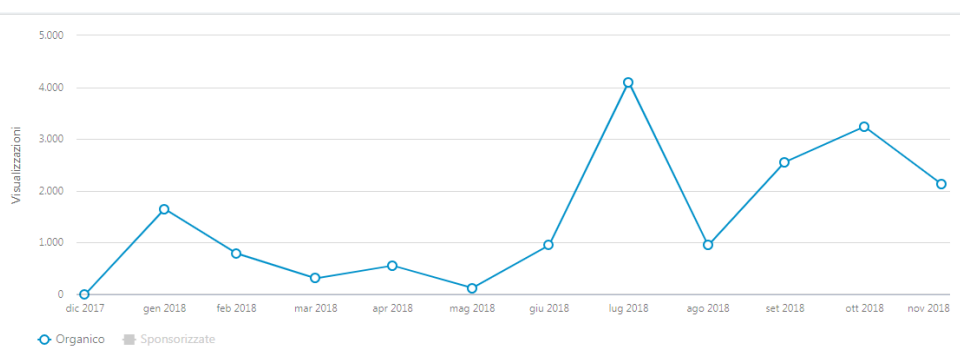


Il pubblico che segue Fipe è così composto



LinkedIn

La pagina è seguita da 811 persone. Sono state caricati c.ca 90 post tra note stampa, pillole video, indagini del centro studi, articoli di settore a cura Fipe pubblicati su Mixer o altre riviste di settore.



Principali località

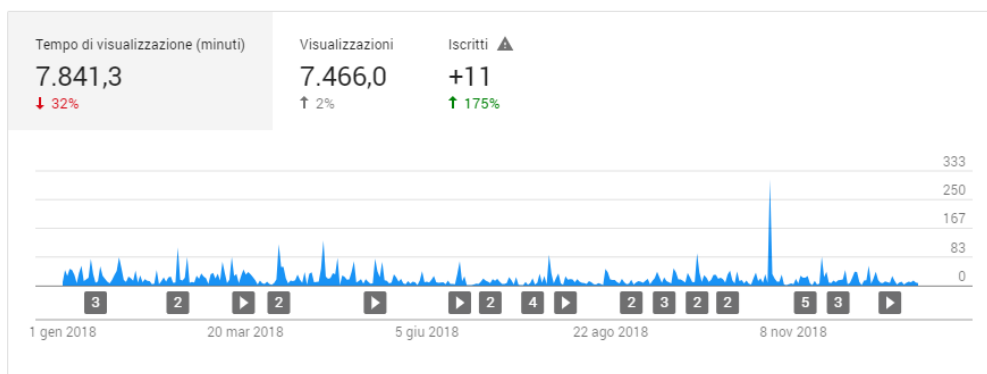
Località	Follower	% di follower
Roma, Italia	134	17,96%
Milano, Italia	99	13,27%
Napoli, Italia	32	4,29%
Firenze, Italia	23	3,08%
Torino, Italia	23	3,08%
Padova, Italia	20	2,68%
Bologna, Italia	18	2,41%
Salerno, Italia	16	2,14%
Catania, Italia	15	2,01%
Treviso, Italia	13	1,74%

Youtube e Slideshare

Questi due canali vengono soprattutto utilizzati per caricare video e presentazioni.

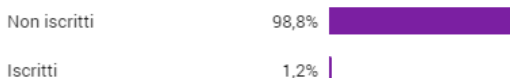
Su youtube è stata inaugurata a novembre una nuova sezione (playlist) nominata “Le pillole di Fipe” dove periodicamente con cadenza almeno mensile verrà caricato un video esplicativo su uno degli argomenti più salienti del settore.

Su youtube abbiamo avuto 45.382 visualizzazioni. Nell’anno 2018 sono stati caricati c.ca 40 video.



Tempo di visualizzazione degli iscritti

Tempo di visualizzazione · 2018



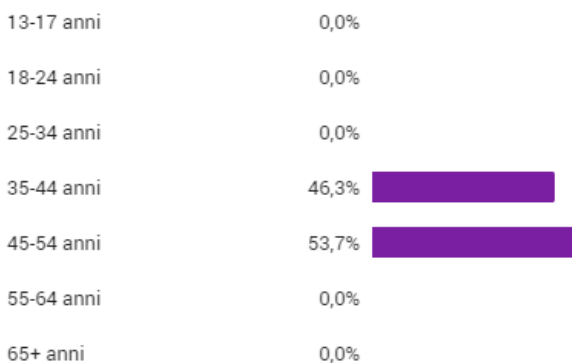
Sesso ▲

Tempo di visualizzazione · 2018

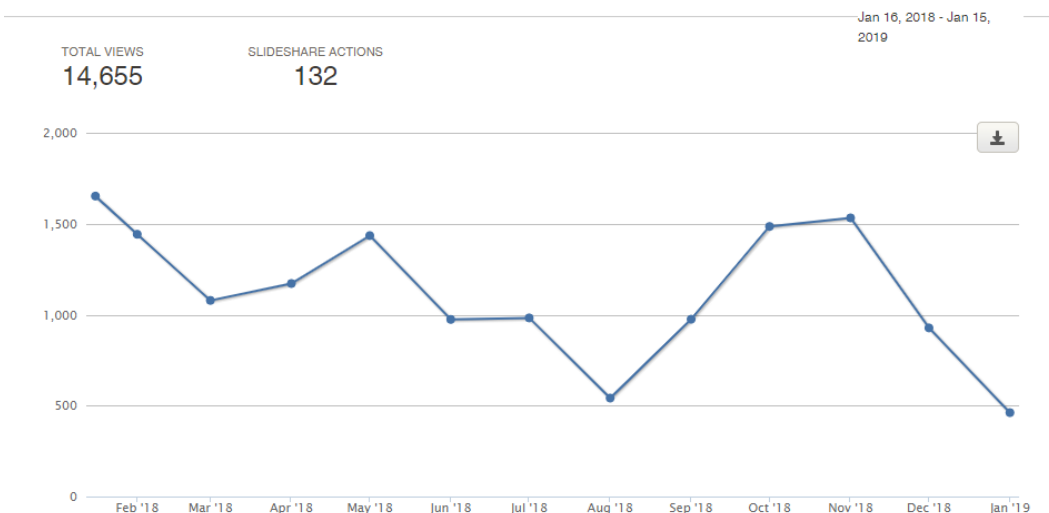


Età ▲

Tempo di visualizzazione · 2018



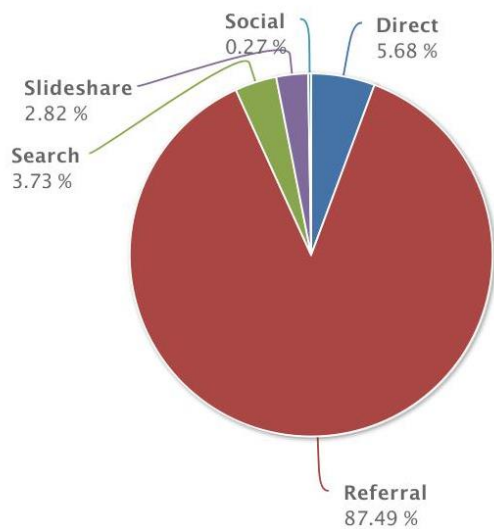
Nei grafici a seguire il pubblico di slideshare



Top countries

Name	Views
Italy	13,062
United States	240
United Kingdom	157
Germany	149
France	145

Come sono arrivati alla pagina Fipe



ATTIVITÀ:

Con cadenza quotidiana per Twitter e Facebook (mentre spot per gli altri) sono stati effettuati post, non facendo mai mancare il punto di vista di Fipe sulle questioni più significative per il settore. Dalle false recensioni alla mala-movida, dal bere responsabile agli sviluppi occupazionali del settore, dall'innovazione del fuoricasa ai trend di consumo degli italiani, dalle problematiche legate alle false recensioni on line a quelle più drammatiche legate ai buoni pasto e al fallimento della Qui!Group.

La comunicazione è stata differenziata a seconda del social sul quale veniva postata. Si è stati attenti ad utilizzare oltre ad argomenti rilevanti, immagini, icone, canva accattivanti, in grado di raccogliere maggiori adesioni.

Si è cercato anche attraverso i social di rilanciare i messaggi delle varie associazioni territoriali, cercando di aumentare il loro bacino di proselitismo.

Si è prestata molta attenzione alla veste grafica delle cover di pagina che sono state aggiornate costantemente con immagini e richiami ad articoli salienti del momento.



Newsletter

DESCRIZIONE

La newsletter è ancora uno degli strumenti più efficaci all'interno del marketing online, per questo motivo anche nel corso del 2018 abbiamo inviato ad oltre 6000 indirizzi 2 newsletter al mese per un totale di 34 anno. Si è deciso di non superare la soglia delle 2 newsletter al mese per non abusare di questa tecnica in quanto oggi tutti sono bombardati costantemente da mail che non riescono a leggere.





OBIETTIVI raggiunti

Con le 2 newsletter mensili viene fatto il punto su tutte le principali tematiche, problematiche ed eventi riguardanti il settore dei P.E..

Nel 2018 si sono iscritti alla newsletter attraverso il sito e i canali social 182 nuovi utenti.

ATTIVITÀ

Con cadenza quindicinale si predispone in maniera chiara e con grafica accattivante la mail contenente dalle 4 alle 8 notizie di interesse per il settore, aggiungendo a seconda del periodo la promozione di eventi organizzati sia da Fipe che dalle associazioni territoriali.

<input type="checkbox"/>		<p>Buoni pasto, Fipe in Senato - Newsletter 55</p> <p>1182</p> <p>Ultima modifica: 2019-01-10 Data ultimo invio: 2019-01-10</p>
<input type="checkbox"/>		<p>Natale 2017: i dati Fipe - Newsletter 56</p> <p>1185 - Copia di 1184 creata da "m66313" - 2019-01-07 15:43:17 UTC</p> <p>Ultima modifica: 2019-01-07</p>
<input type="checkbox"/>		<p>Buoni pasto, Fipe in Senato - Newsletter 55</p> <p>1183 - Copia di 1182 creata da "m66313" - 2018-12-04 15:23:34 UTC</p> <p>Ultima modifica: 2018-12-04 Data ultimo invio: 2019-01-10</p>
<input type="checkbox"/>		<p>#Sprecoalimentare, la risposta della ristorazione italiana - Newsletter 54</p> <p>1181 - Copia di 1180 creata da "m66313" - 2018-10-02 15:12:10 UTC</p> <p>Ultima modifica: 2018-10-02</p>

Comunicazione tradizionale

DESCRIZIONE:

Nel 2018 Mediatyche ha curato per Fipe l'ufficio stampa e media relation, che sinteticamente si articolano nelle seguenti attività:

- ➔ Stesura di note stampa, gestione degli iter approvativi e diffusione a mailing list profilate di giornalisti in target
- ➔ Creazione e aggiornamento di mailing list dedicate
- ➔ Recall e pushing dei temi di primario interesse per la Federazione nei confronti della stampa top tier
- ➔ Monitoraggio quotidiano e segnalazione dei temi di principale interesse per la Federazione
- ➔ Stesura di roadmap semestrali con l'identificazione di occasioni mediatiche di possibile interesse (come ad esempio le Giornate Alimentari legate al settore alimentare)
- ➔ Proposizione/gestione/organizzazione di interviste
- ➔ Proposizione/gestione/organizzazione di press lunch
- ➔ Gestione e organizzazione di conferenze stampa
- ➔ Supporto di comunicazione in occasione di manifestazioni fieristiche di interesse per la Federazione
- ➔ Rassegna stampa e reportistica

A queste attività si unisce nel 2018 la definizione e la gestione di un progetto creativo ad hoc con lo scopo di identificare un pay off per la Federazione.

OBIETTIVI raggiunti:

Di seguito una sintesi dei risultati di ufficio stampa conseguiti nel 2018.

Fipe ha ottenuto nel periodo compreso tra gennaio-dicembre 2018 un totale di 2.898 uscite sulla stampa italiana (in crescita di circa 400 clipping rispetto allo scorso anno) così ripartite:

- ➔ **686** uscite stampa cartacea
- ➔ **2163** uscite stampa online
- ➔ **20** uscite televisive nazionali (partecipazioni/interviste/segnalazioni)
- ➔ **29** interviste radio nazionali

L'equivalente economico (AVE) registrato per le sole uscite cartacee e web corrisponde in totale a **7.047.330** euro, a cui si aggiungono indicativamente circa **20.000.000** di uscite tv e **95.000** euro di uscite radio.

In riferimento alle uscite cartacee e web riportiamo inoltre i seguenti dettagli:

Circulation: **28.971.197**

Contatti web potenziali: **17.444.576**

Readership potenziale: **253.501.000**

ATTIVITÀ

Totale comunicazione prodotta (note stampa, inviti, note territoriali): **114**

CONFERENZE STAMPA

- Gestione e organizzazione conferenza stampa a Milano su Rapporto Ristorazione 2017 (gennaio 2018)
- Gestione e organizzazione conferenza stampa a Roma su presentazione Rimpiattino (ottobre 2018)

SUPPORTO E PRESENZA A EVENTI FIPE

- Convegno Sigep 2018 su tema macchinari per il comparto ristorazione (gennaio 2018)
- Convegno CCNL (aprile 2018)
- Assemblea Annuale Fipe (novembre 2018)

Elenco note stampa diramate a livello nazionale nel 2018

data	titolo
11/01/18	RAPPORTO AGROMAFIE, FIPE: "INCREMENTARE I CONTROLLI PER PROTEGGERE IL LAVORO DEGLI IMPRENDITORI ONESTI"
18/01/18	RAPPORTO RISTORAZIONE 2017 Ristorazione "motore" della ripresa Consumi alimentari fuoricasa a livelli pre-crisi
22/01/18	SIGEP 2018 INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ GRAZIE AGLI INCENTIVI, FIPE PUNTA SULL'EFFICIENZA ENERGETICA DEI PUBBLICI ESERCIZI
26/01/18	CONTO SALATO A VENEZIA, FIPE INVITA I 4 CLIENTI A DEGUSTARE LA FIORENTINA CURSANO: "IL CIBO ITALIANO È CULTURA E PASSIONE, MERITA UN RICORDO DIVERSO"
31/01/18	FIPE, CURSANO: "NASCE SOS BUONI PASTO, PER UNA MIGLIORE GESTIONE DEL SISTEMA DA PARTE DI EMETTITORI ED ESERCENTI"
05/02/18	SPRECO AL RISTORANTE, NON SOLO DOGGY BAG MA APPROVVIGIONAMENTI E PORZIONI EQUILIBRATI - FIPE: "VALORIZZARE MODELLI DI RISTORAZIONE SOSTENIBILE"
07/02/18	NIENTE CANI IN BAR E RISTORANTI, FIPE: "NON SPETTA AL SINDACO DECIDERE SE POSSONO ENTRARE NELLE NOSTRE AZIENDE"
09/02/18	Nasce il nuovo CCNL per i dipendenti dei settori dei Pubblici Esercizi, la Ristorazione Collettiva e Commerciale e Turismo
13/03/18	SAN VALENTINO, GLI ITALIANI LO PREFERISCONO AL RISTORANTE. I DATI FIPE PER IL 14 FEBBRAIO
19/02/18	RISTORAZIONE E WEB, L'INCONTRO TRA MILLENNIAL E LAVORO ALLA BASE DEL PROGETTO DI ALTERNANZA PROMOSSO DA FIPE
20/02/18	Come gestire le problematiche online, Fipe mette a disposizione degli associati il servizio SOS Recensioni
20/02/18	FIPE: L'ANNO DEL CIBO ITALIANO PASSA DALLA RISTORAZIONE

05/03/18	FIPE A RISTOREXPO 2018 RICORDA GUALTIERO MARCHESI E SIGLA UN NUOVO ACCORDO CON COMIECO SULLE DOGGY BAG
06/03/18	CCNL per Pubblici Esercizi, Ristorazione Collettiva e Commerciale e Turismo. A Como il roadshow di Fipe che spiega gli aspetti del nuovo Contratto
07/03/18	L'8 marzo nei ristoranti italiani, i dati Fipe. IL LAVORO FEMMINILE CREA VALORE E QUALITÀ
15/03/18	FIPE: "FELICI CHE ANCHE PER L'UE LA MAFIA COME BRAND SIA FUORILEGGE"
19/03/18	AL RISTORANTE TROPPE INUTILI REGOLE SUL MENÙ. DOPO IL "CASO CANNAVACCIUOLO" FIPE E CONFCOMMERCIO MARCHE CENTRALI SVELANO I "SEGRETI" DELLA NORMATIVA
29/03/18	PASQUA BASSA, SI MANGIA FUORICASA: 6 MILIONI LE PRESENZE PREVISTE. I RISTORANTI APRONO LE PORTE AI BAMBINI, IN CRESCITA I MENÙ PER I PIÙ PICCOLI
05/04/18	CAFFÈ AL BAR, FIPE: "UN PIACERE SENZA RISCHI"
11/04/18	UN NUOVO CONTRATTO PER PUBBLICI ESERCIZI, RISTORAZIONE E TURISMO. FIPE: "VALORIZZIAMO L'ECCELLENZA ITALIANA"
24/04/18	BUONI PASTO E RITARDI NEI PAGAMENTI, FIPE: "SERVE UN RATING DI AFFIDABILITÀ DEGLI EMETTITORI PER ASSEGNARE LE GARE"
27/04/18	1° MAGGIO, SARACINESCHE ALZATE BAR E RISTORANTI PIENAMENTE OPERATIVI: I DATI FIPE
07/05/18	CIBUS 2018 - FIPE: "RISTORAZIONE ANELLO FONDAMENTALE DELLA FILIERA AGROALIMENTARE ITALIANA "
08/05/18	CLIENTE E BARISTA PICCHIATI A ROMA. FIPE: "BAR E RISTORANTI SEMPRE PIÙ NEL MIRINO DI CRIMINALI, SERVE MAGGIORE SICUREZZA A TUTELA DEI LAVORATORI ONESTI"
08/05/18	BAR E RISTORANTI A SCUOLA DI SUCCESSO. TORNANO I CORSI DELLA FIPE BUSINESS SCHOOL
16/05/18	UN NOME ITALIANO PER LA DOGGY BAG? CI PENSANO BAR E RISTORANTI. FIPE E COMIECO LANCIANO IL CONCORSO "DOGGY BAG ALL'ITALIANA"
30/05/18	FIPE: "RESPONSABILITÀ PRIMA DI TUTTO, L'ITALIA È UN GRANDE PAESE"
07/06/18	A TORINO CON FIPE SI PARLA DEL BAR DEL FUTURO
12/06/18	A GOURMET EXPOFORUM FIPE RACCONTA IL BAR ITALIANO TUTTI I NUMERI DI UNA VERA E PROPRIA "ISTITUZIONE"
14/06/18	NUOVO GOVERNO, FIPE: "UN MINISTERO AD HOC PER IL TURISMO, UN'OTTIMA IDEA TUTTA DA COSTRUIRE. COSA SUCCEDDE NEL FRATTEMPO?"
18/06/18	CAFFÈ, FIPE SIGLA IL NUOVO CONTRATTO DI FILIERA

18/06/18	CASO RIDER, FIPE: "SÌ A SOLUZIONI CHE CONIUGHINO DIRITTI E SOSTENIBILITÀ DEL SERVIZIO"
21/06/18	WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS, FIPE: "BOTTURA E GLI ALTRI CHEF PREMIATI. RAPPRESENTANO IL SUCCESSO DELLA RISTORAZIONE ITALIANA"
27/06/18	FIPE: LA RISTORAZIONE DICE NO ALLA RIFORMA SUI CONTRATTI A TERMINE
28/06/18	DECRETO DIGNITÀ, FIPE A SOSTEGNO DELLO STOP
28/06/18	FIPE: LA RISTORAZIONE NON FA CRESCERE I PREZZI
03/07/18	DL DIGNITÀ, FIPE: "SUL LAVORO A TEMPO DETERMINATO SI CONFERMA UN APPROCCIO SBAGLIATO"
03/07/18	FIPE: " SUL TURISMO PRONTI A FARE SQUADRA"
05/07/18	FIPE E TRIPADVISOR INSIEME PER DISTINGUERE I RISTORANTI CON SERVIZIO NELLA CLASSIFICA DI POPOLARITÀ DEL SITO: DALL'ITALIA UNA PROPOSTA A COPERTURA GLOBALE
12/07/18	DALLA CASSAZIONE VINCOLI AI CIRCOLI PRIVATI SULLA SOMMINISTRAZIONE. FIPE: "ORDINANZA GIUSTA, BASTA PRIVILEGI, ANCHE I BAR DEI CIRCOLI DEVONO PAGARE LE TASSE"
19/07/18	IL LAVORO FESTIVO NEL TURISMO E' VOLONTARIO, FIPE: "DECISIONE ANACRONISTICA E IRRAGIONEVOLE"
20/07/18	STOP DA CONSIP A QUI!GROUP, FIPE: "PREOCCUPATI, SI APRÀ URGENTEMENTE UN TAVOLO DI CONFRONTO"
23/07/18	ESTATE 2018 - FIPE: "MENO ITALIANI IN VACANZA, PESA L'INCERTEZZA NON SOLTANTO METEOROLOGICA"
25/07/18	TARI 2018 FIPE: "PER BAR E RISTORANTI IMMONDIZIA A PESO D'ORO, GRAVANO TARIFFE COME SU NESSUN ALTRA ATTIVITÀ"
25/07/18	VOUCHER, IPOTESI DI UTILIZZO LIMITATO ALLE SOLE STRUTTURE RICETTIVE, FIPE: "UN'INTENZIONE DISCRIMINATORIA E INCOMPRESIBILE"
26/07/18	VOUCHER, L'APPELLO DI FIPE AL MINISTRO DEL TURISMO CENTINAIO: "I PUBBLICI ESERCIZI SONO UNA COMPONENTE ESSENZIALE DELL'OFFERTA TURISTICA, NON VENGA ESCLUSI DALL'ACCESSO AI VOUCHER"
30/07/18	FIPE LANCIA L'ALLARME, PER L'ESTATE MANCANO 50MILA ADDETTI NELLA RISTORAZIONE. SEMPRE DIFFICILE TROVARE PERSONALE QUALIFICATO.
30/07/18	PARTINICO, SENEGALESE INSULTATO E PICCHIATO. FIPE: "DIENG KHALIFA È UNO DI NOI".
30/07/18	SILB-FIPE: "VOUCHER, L'UTILIZZO SIA ESTESO AI PUBBLICI ESERCIZI" Se ci saranno discriminazioni nella reintroduzione, ne pagheranno le conseguenze i lavoratori e il settore

31/07/18	GARA CONSIP PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE, FIPE: "È TEMPO DI METTERE MANO ALLE REGOLE E PREVEDERE SISTEMI DI SALVAGUARDIA"
10/08/18	VIA ALLA CAMPAGNA "UN'ESTATE ORIGINALE" - FIPE E SIB RINNOVANO IL SOSTEGNO ALLA CAMPAGNA DEL MISE CONTRO L'ABUSIVISMO E LA CONTRAFFAZIONE NEI LUOGHI DI VACANZA
06/09/18	ARRIVA STARBUCKS, "IL BAR ITALIANO RESTA UN MODELLO ". I DATI FIPE: TUTTI I NUMERI DI UNA VERA E PROPRIA "ISTITUZIONE"
07/09/18	FALLIMENTO QUI! TICKET. FIPE: "GRANDE PREOCCUPAZIONE PER LA SITUAZIONE, DIFENDEREMO I DIRITTI DEGLI ESERCENTI TRUFFATI. AUSPCHIAMO CHE LA GARA CONSIP 8 NON RIPERCORRA LE PERICOLOSE STRADE GIA' PERCORSE"
12/09/18	RECENSIONI ON LINE, TRIBUNALE CONDANNA AL CARCERE FALSO RECENSORE - FIPE: "SENTENZA IMPORTANTE PER LA TRASPARENZA DEL WEB"
26/09/18	BUONI PASTO, FIPE: "UN FONDO PER RIMBORSARE LE IMPRESE CREDITRICI DI QUI!GROUP"
10/10/18	DALLA DOGGY BAG AL "RIMPIATTINO". FIPE E COMIECO INSIEME PER UNA NUOVA CULTURA "ANTISPRECO" AL RISTORANTE
11/10/18	DAI SAPORE AL TUO CAFFÈ. IL NUOVO CONCORSO ON LINE DI FIPE PER I PIÙ CREATIVI RISTORATORI E BARISTI D'ITALIA
11/10/18	CHIUSURA ALLE 21 PER I MARKET ETNICI, FIPE: "BENE L'IMPEGNO CONTRO I MINIMARKET CHE VENDONO ALCOL AD OGNI ORA DELLA NOTTE MA SENZA GUARDARE ALL'ETNIA DEL GESTORE"
12/10/18	BUONI PASTO: NECESSARIA UNA VERA RIFORMA. Nota stampa congiunta
25/10/18	FIPE E INTESA SANPAOLO. INSIEME PER AIUTARE LE IMPRESE DI PUBBLICO ESERCIZIO CREDITRICI DI QUI!GROUP nota congiunta
28/10/18	TRIESTESPRESSO: ALLA VANIGLIA, ALLA RICOTTA, NUTELLA E PISTACCHIO E AL PEPERONCINO E CIOCCOLATO FONDENTE, ECCO LE PROPOSTE CHE HANNO VINTO IL CONCORSO "DAI SAPORE AL TUO CAFFÈ" DELLA FIPE
09/11/18	LA BUONA ALTERNANZA SCUOLA LAVORO? PARTE DALLA RISTORAZIONE
15/11/18	GLI ITALIANI E IL CIBO, I DATI FIPE - POCO TEMPO PER CUCINARE, MA A CASA O AL RISTORANTE VINCONO PASSIONE, SALUTE E TRADIZIONE
27/11/18	BUONI PASTO, FIPE IN SENATO: "NEI 20 MILIONI DEL DDL CONCRETEZZA ANCHE LE PICCOLE E MEDIE IMPRESE COLPITE DAL FALLIMENTO QUI!GROUP
03/12/18	CASO TORINO, FIPE INVITA A SMORZARE LE POLEMICHE "NO AGLI OSTRACISMI, ASPETTIAMO A ROMA I 4 RAGAZZI"
05/12/18	L'ITALIA CHE MANGIA SANO, A CASA E FUORICASA. AL VIA L'INTESA TRA FIPE E IL MINISTERO DELLA SALUTE

07/12/18	CON BOTTURA E SADLER L'AMBROGINO D'ORO 2018 DIVENTA "BUONGUSTAIO". FIPE: " UN RICONOSCIMENTO A TUTTA LA RISTORAZIONE ITALIANA"
08/12/18	TRAGEDIA DI ANCONA, PASCA (SILB-FIPE): "SOLIDARIETA' ALLE FAMIGLIE, PUGNO DURO CON I RESPONSABILI"
13/12/18	MAURIZIO PASCA, SILB: "CI COSTITUIREMO PARTE CIVILE AL PROCESSO CONTRO I RESPONSABILI DELLA TRAGEDIA DI ANCONA"
20/12/18	NATALE, IL 72% DEI RISTORANTI SARÀ "APERTO PER FESTE": I DATI FIPE CRESCONO L'USO DEL RIMPIATTINO CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE
21/12/18	SIGEP - #GelatoCaffe2019, il nuovo contest su Instagram di Fipe per celebrare uno dei binomi preferiti dagli italiani
29/12/18	CAPODANNO, I DATI FIPE: CENONE AL RISTORANTE PER OLTRE 6 MILIONI DI ITALIANI



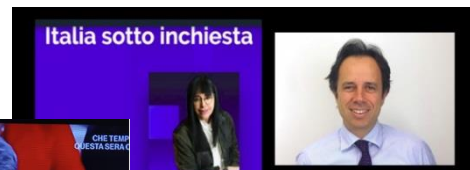
Infiltrazioni mafiose
«Cosi pagano gli onesti»
di Giampiero Rossi a pagina 8

«Anticorpi efficaci ma le infiltrazioni sono in aumento»

Stoppani: trend inquietante, pagano gli onesti

Esercenti
Il presidente Fipe (pubblici esercizi) e vice presidente di Confcommercio Lino Stoppani, nato nel 1952 nel Bresciano

Indagini
Nonostante le capacità di polizia e più spesso...



Bar e ristoranti, arriva il primo contratto

Accordo per 1 milione di dipendenti, aumento di 100 euro. Più riposi in base all'anzianità aziendale

Per la prima volta i lavoratori della ristorazione hanno un contratto di lavoro ad hoc. Il testo firmato ieri e riguarda un milione di addetti. Che lavorano per le imprese iscritte a **Impieghi Qualificati** e **Le Loculi** (per esempio Cir e Camini) e ad Anperi (qui tra le associate anche Sodexo ed Elise che gestisce la ristorazione di Tivoli).

«L'accordo ha una durata di quattro anni (e non tre). Prevede a regime 300 euro lordi in più in busta paga. In precedenza ai lavoratori della ristorazione era applicato il contratto del turismo. Quando l'accordo venne a scadenza, nel 2013, venne rinnovato senza la firma delle associazioni che rappresentano insieme i pubblici esercizi. Le trattative — durante quattro anni — sono state lunghe e complesse. «Siamo soddisfatti dei risultati e ci auguriamo che altri settori — in particolare, l'eccesso di offerta porta a dequalificare il settore». Il presidente di **Impieghi Qualificati** è **Ubaldo Viti** e gli apertissimi che godono di condizioni fiscali più favorevoli. Oltre c'è con la gara d'appalto per le mense al massimo ribasso. C'è poi la questione degli incentivi fiscali per i librai del cibo. «Non si conosce perché anche il nostro

Il settore
● Nel settore ristorazione operano 300 mila imprese che generano un fatturato di 90 miliardi di euro
● L'aperta insieme con Fiamme Gg, Fisical Gg e Ubaldo Viti

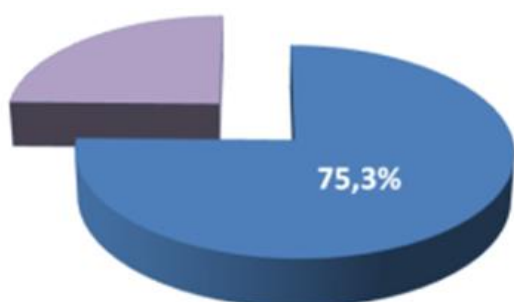
Presidente
Lino Stoppani
CG, avv. guida Fipe Confcommercio

Fiere

Le fiere sono storicamente uno dei canali più efficaci di promozione e di contatto con il mercato di riferimento nonché lo strumento chiave per accedere a nuovi mercati, per conoscere in anteprima l'evoluzione ed i cambiamenti della domanda e dell'offerta.

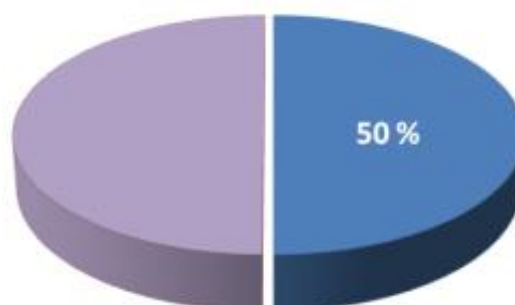
Da sempre Fipe è protagonista dei principali eventi fieristici ponendosi come obiettivo primario la visibilità dell'Associazione e, al contempo, la promozione di iniziative di co-marketing a supporto delle campagne istituzionali intraprese dalla Federazione stessa che abbiano ricadute vantaggiose sugli operatori del settore e risultino al contempo di "stimolo" per l'ampliamento della base associativa delle organizzazioni territoriali.

La partecipazione di Fipe alle fiere diventa non solo un'occasione di visibilità ma anche un'occasione per stringere rapporti con gli altri operatori della filiera, per creare un forte legame con il territorio, per allargare e consolidare la rappresentanza datoriale qualificando il ruolo fondamentale d'intermediazione che il pubblico esercizio svolge tra produttore e consumatore.



Il 75,3% delle imprese vede nella fiera uno strumento fondamentale per il proprio sviluppo.

Fonte AEFI



Il 50% delle esportazioni nasce da contatti originati dalla partecipazione alle manifestazioni fieristiche.

Fonte AEFI

SIGEP

Rimini 20-24 gennaio

CUCINARE

Pordenone 10-13 febbraio

BIT

Milano City 11-13 febbraio

RISTOREXPO

Erba 4-7 marzo

GOURMET EXPOFORUM

Torino 10-12 giugno

TECNO & FOOD

Padova 6-9 ottobre

TRIESTESPRESSO

Trieste 25-27 ottobre

SIGEP: Rimini 20-24 gennaio

DESCRIZIONE

SIGEP, Salone Internazionale Gelateria, Pasticceria, Panificazione Artigianale e Caffè, giunto alla sua 39esima edizione, è una rassegna dedicata esclusivamente ai professionisti del settore che anticipa tendenze ed innovazioni delle 5 filiere in esposizione.

OBIETTIVI

Il “concept” che Fipe ha sviluppato è stato ritenuto di grande attualità essendo incentrato sul tema dell’innovazione sia tecnologica che di processo. La Federazione infatti, grazie alla competenza degli operatori ha potuto fornire un importante contributo nel dibattito sull’innovazione.

ATTIVITÀ

Il Convegno organizzato dal titolo “Innovare per Risparmiare”, è stata l’occasione per una riflessione fra gli operatori della filiera del freddo, per capire come si è sviluppata la rivoluzione che prevedeva un taglio secco dei consumi energetici, informando al contempo i propri associati con semplici linee guida orientandoli verso scelte consapevoli che portino a risparmiare senza rinunciare all’innovazione.

CUCINARE: Pordenone 10-13 febbraio

DESCRIZIONE

Cucinare, Salone dedicato all’Enogastronomia e alle Tecnologie, è un evento volto a stimolare l’interesse sempre più diffuso verso il mondo dell’enogastronomia coinvolgendo in un unico progetto target professionale e privato.

OBIETTIVI

Lo spazio “ARENA FIPE”, è stato animato con eventi e workshops organizzati da Ascom-Confcommercio Pordenone. Durante i quattro giorni di fiera lo stand riservato a Fipe è stato visitato da molti operatori di settore nonché da giornalisti interessati al fitto calendario di eventi.

ATTIVITÀ

Nell’Arena Fipe si sono svolti più di 20 eventi che hanno coinvolto numerose persone ed operatori del settore evidenziando le loro capacità professionali. Da sottolineare la tavola rotonda organizzata da Fipe e Confcommercio Pordenone “La ristorazione dice no allo spreco”, dove sono intervenuti ristoratori, chef, rappresentanti delle categorie legate alla somministrazione del cibo oltreché l’assessore regionale all’Ambiente Sara Vito, ed il vice presidente vicario Aldo Mario Cursano.

BIT: Milano City 11-13 febbraio

DESCRIZIONE

La Borsa Internazionale del Turismo (BIT) è la storica manifestazione organizzata da Fiera Milano che dal 1980 porta nel capoluogo lombardo operatori turistici e viaggiatori da tutto il mondo.

OBIETTIVI

Il format di quest'anno ha previsto l'apertura al pubblico il primo giorno, mentre il secondo ed il terzo giorno sono stati riservati agli operatori professionisti. Novità dell'edizione 2018 è stata l'area BIT of TASTE dedicata al turismo enogastronomico, dove gli chef di APCI hanno preparato i piatti simbolo della tradizione culinaria italiana.

ATTIVITÀ

Confturismo ha messo a disposizione uno spazio riservato alla Federazione. Durante le tre giornate di fiera molti sono stati gli operatori che hanno visitato lo stand, in particolar modo il volume "Rapporto Ristorazione" ha riscosso un notevole successo. Tutti gli operatori che hanno visitato lo stand sono stati omaggiati con una shopper personalizzata Fipe.

RISTOREXPO: Erba 4-7 marzo

DESCRIZIONE

Ristorexpo è il salone professionale dedicato al settore HORECA. Lo spazio che Lariofiere ha previsto di dedicare allo stand di FIPE, è stato collocato in un'area di raccordo tra due padiglioni che hanno ospitato la manifestazione.

OBIETTIVI

A FIPE è stato affidato il compito di inaugurare l'edizione 2018 con il consigliere delegato Rodolfo Citterio il quale ha ricordato il ruolo fondamentale che la figura del Maestro Gualtiero Marchesi ha avuto per l'affermazione mondiale della cucina e ristorazione italiana, ribadendo il proprio impegno sul tema contro "lo spreco alimentare" portando ancora una volta l'attenzione sul valore etico di "dire NO!" agli sprechi alimentari.

ATTIVITÀ

La Federazione, nel corso dell'evento, ha siglato un protocollo d'intesa con Comieco per promuovere la buona pratica dell'uso della "Doggy bag" (Rimpiattino) al fine di favorire una maggiore e più capillare diffusione dell'abitudine di non sprecare gli avanzi di cibo quando si pranza o si cena fuori casa.

GOURMET: Torino 10-12 giugno

DESCRIZIONE

Gourmet è l'evento B2B rivolto agli operatori professionali del mondo Ho.re.ca. un importante appuntamento che guarda al futuro del settore, momento di confronto tra gli operatori, dove scoprire le nuove tendenze, le tecnologie più all'avanguardia e incontrare i protagonisti dell'Horeca e F&B.

OBIETTIVI

Fipe ha partecipato per la prima volta con un proprio stand diventando sin da subito protagonista del Forum Gourmet e partecipando al ricco calendario di workshop.

ATTIVITÀ

L'attività svolta con il presidio allo stand Fipe, ha consentito di raccogliere l'interesse di numerosi visitatori facendo compilare loro la scheda contatto. Da sottolineare il convegno organizzato da Fipe ed Epat Torino "Il Bar di qualità: esperienze e opinioni a confronto". La tavola rotonda ha avuto come scopo quello di mettere a confronto esperienze ed opinioni con l'obiettivo di individuare modelli in cui le imprese possano riconoscersi per avviare quei processi di qualità a cui i consumatori sono sempre più attenti.

TECNOBAR&FOOD: Padova 6-9 ottobre

DESCRIZIONE

TecnoBar&Food è il più importante Salone del Nord Est dedicato ai professionisti della ristorazione. Un'offerta espositiva che va dalle attrezzature all'arredamento per alberghi, ristoranti e bar, fino alle proposte che riguardano il mondo del food e del wine.

OBIETTIVI

Lo stand, messo a disposizione dalla fiera con un'area espositiva di oltre 140 mq. condiviso con l'Appe Padova e posizionato nel padiglione 5, è stato caratterizzato da un calendario ricco di eventi.

ATTIVITÀ

Nella giornata di lunedì 8 ottobre si è tenuto il convegno "Professione gastronomo: tuttologo o iperspecialista?" incentrato sulla figura del "gastronomo", quella persona che racchiude in se' competenze diverse, dal punto di vista manageriale e gestionale dell'attività alimentare. Il convegno ha permesso di fare un bilancio su quanto fatto finora, oltre ad un'analisi sull'attualità del corso di studi, sulle professionalità che ne escono e su quanto effettivamente il mercato richiede.

TRIESTESPRESSO: Trieste 25-27 ottobre

DESCRIZIONE

Triestespresso è la più importante fiera B2B sull'intera filiera dell'industria del caffè espresso. Un appuntamento imperdibile per gli operatori internazionali del settore.

OBIETTIVI

FIPE, partner della fiera, è stata presente per testimoniare come un prodotto trasversale quale il caffè possa assumere valenze differenti a seconda del ruolo che gli viene attribuito grazie alla qualità del servizio e l'ambientazione proposta.

ATTIVITÀ

Lo stand è stato posizionato e allestito in due unità, insieme allo sponsor tecnico James 1599 riferimento italiano per l'importazione e la distribuzione di spezie, erbe aromatiche e sali dal mondo. A suscitare particolare interesse è stata la grafica che la Fipe ha ideato per il proprio stand rappresentativa dell'andamento del prezzo del caffè su tutta la filiera.



Comunicazione verso i soci - Circolari

Le circolari sono uno strumento di dialogo tra la Federazione e i suoi Soci.

Gli uffici della Federazione hanno redatto 94 circolari su numerose materie e temi rilevanti per il settore dei pubblici esercizi, che sono state poi trasmesse al territorio.

Per favorire una migliore comprensione delle tematiche trattate, spesso complesse, nel 2018, per la prima volta, la Federazione ha introdotto le Video Circolari, che hanno avuto un notevole successo.

I temi affrontati sono stati molteplici:

- Leggi e provvedimenti: si è provveduto ad aggiornare le associazioni territoriali sulle novelle normative di interesse per il comparto dei pubblici esercizi
- Partnership: sono state divulgate circolari illustrative delle partnership, nuove o consolidate, nel corso del 2018
- Attività di approfondimento: il territorio è stato informato anche sulle attività di approfondimento svolte dalla Federazione, nonché sugli incontri istituzionali
- SIAE, SCF, RAI: le associazioni territoriali sono state tempestivamente avvisate in merito alle novità concernenti i termini degli accordi, delle convenzioni e, in generale, dei rapporti con SIAE, SCF e RAI, oltreché delle scadenze dei termini per il rinnovo degli abbonamenti o per il pagamento del canone speciale RAI, nonché di tutte le relative informazioni operative
- CCNL: sono state divulgate circolari illustrative del nuovo CCNL dedicato al settore dei pubblici esercizi firmato il giorno 8 febbraio 2018.



CIRCOLARE n. 15 del 9 febbraio 2018

Prot. n. 249 SM

OGGETTO: Nasce il nuovo CCNL per i dipendenti dei settori dei Pubblici Esercizi, la Ristorazione Collettiva e Commerciale e Turismo

Dopo una lunga e faticosa negoziazione, è stato firmato il primo Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per i dipendenti dei settori dei Pubblici Esercizi, della Ristorazione Collettiva e Commerciale e del Turismo.

CIRCOLARE n. 29 del 22 marzo 2018

Prot. n. 519 LS/bf

OGGETTO: Nuovo software allergeni

E' disponibile il nuovo software per la gestione degli allergeni. Il 10 aprile p.v. è programmato un incontro per illustrarne le funzionalità

CIRCOLARE n. 8 del 25 gennaio 2018

OGGETTO: Spesometro Light

Il provvedimento, ancora in bozza, è finalizzato a semplificare la trasmissione telematica dei dati delle fatture emesse e ricevute (c.d. spesometro), in particolare:

- consente, per le fatture di importo inferiore a 300 euro, una comunicazione cumulativa, anziché la trasmissione dei dati dei singoli documenti;
- per consentire agli operatori di prendere visione delle nuove indicazioni, posticipa la scadenza dell'invio dei dati relativi alle fatture del secondo semestre 2017 al sessantesimo giorno successivo alla pubblicazione del provvedimento definitivo.

CIRCOLARE n. 24 del 1° marzo 2018

Prot. n. 406 LS/mm

OGGETTO: Roadshow Fipe@Google programmazione 2018

Viene messo a disposizione delle associazioni il "tagliando digitale", lo strumento che consente di fare gratuitamente il check up della presenza digitale delle imprese

In programmazione l'edizione 2018 del roadshow Fipe@Google "Il web è servizio: la sfida digitale nei pubblici esercizi"

CIRCOLARE n. 81 del 7 novembre 2018

Prot. n. 1528 GRG/bf

OGGETTO: SIAE ulteriore proroga sugli accordi relativi alla musica d'ambiente

La SIAE ha deliberato la proroga degli accordi sino al 30 giugno 2019

CIRCOLARE n. 29 del 22 marzo 2018

Prot. n. 519 LS/bf

OGGETTO: Nuovo software allergeni

E' disponibile il nuovo software per la gestione degli allergeni. Il 10 aprile p.v. è programmato un incontro per illustrarne le funzionalità

IL PUNTO DEL PRESIDENTE



IL PUNTO del presidente FIFE Lino Enrico Stoppani

La Spinta Gentile al Lavoro buono

Il tema del Lavoro continua ad essere centrale nella discussione pubblica, non solo per gli aspetti economici, ma anche per quelli etico-sociali ad esso collegati. Lo stesso Papa Francesco, che richiama il concetto di "Lavoro degno", invita tutti a prendersi cura di una ferita aperta, concentrando impegno e risorse nel sostenere una "spinta gentile" che possa ridare speranza a tante persone oggi in difficoltà.

Non mi permetto di commentare la battuta del Santo Padre "Chilicenzia è un commerciante", non solo perché sarebbe blasfemo, ma anche perché la considerazione rientrava in una riflessione che toccava "la scelta dolorosa del licenziamento" e la dimensione umana e sociale del Lavoro, riprendendo i valori etici dell'impresa che, con i temi dell'ambiente, caratterizzano l'enciclica "Laudato Si'".

Sono aspetti che toccano la testa, la coscienza e il portafoglio delle persone, che condizionano il comportamento anche di chi si è (liberamente) caricato la responsabilità di rappresentare una categoria complessa come quella dei Pubblici Esercizi, che si deve porre la domanda se sia ancora attuale una gestione umanistica e più inclusiva nel modo di fare impresa e, cioè, se per Lavoro si intenda ancora il Lavoratore, oppure solo una riga tra i costi di esercizio.

Tra l'altro è una riflessione che si inserisce in un contesto come quello attuale, che vede il settore incapace di chiudere il proprio CCNL, per colpe e torti di tutti - Imprese e Organizzazioni Sindacali - e che, quindi, rappresenta un argomento con una evidente contraddizione nei fatti.

Il ragionamento, però, deve andare oltre l'attualità e cercare di estrapolare una visione sui temi fondamentali del Lavoro, utile certamente per la gestione delle cosiddette relazioni industriali, ma ancora di più per circoscrivere i confini di un lavoro produttivo, libero, crea-

tivo, partecipativo, solidale e giustamente remunerato. La Fipe è da sempre la sintesi di diverse dimensioni organizzative delle Imprese che rappresenta, tra grandi Gruppi di rilevanza anche internazionale e aziende a carattere familiare, che hanno però fattori comuni nel declinare temi di valenza allargata, che riguardano, cioè, la qualità dell'offerta, la lotta agli sprechi, la sostenibilità ambientale, il contrasto a patologie settoriali (alcolismo, ludopatia, mala-movida, malattie, allergie e intolleranze alimentari, ecc.), la valorizzazione del proprio personale, fattore premiante del servizio erogato, che vede l'inclusione di giovani, donne e immigrati.

Le aziende non sono istituti di beneficenza e hanno il dovere di guadagnare, perché grazie al profitto si remunera il capitale e si sostengono investimenti, ma si distribuisce anche ricchezza e si creano posti di lavoro; da tempo le Imprese richiedono condizioni migliori per generare Lavoro buono e stabile, intervenendo sulla legislazione, sulla modernizzazione dei Contratti Collettivi di Lavoro, sulla burocrazia, sui tempi della giustizia, sul cuneo fiscale, sui costi energetici o il credito, perché il Lavoro non si cerca, ma si crea.

Le Imprese, infatti, hanno anche una forte funzione sociale, spesso non correttamente interpretata, quando ci si limita a discutere sugli aspetti del profitto e non anche sui benefici e il benessere che trasferiscono.

Dove non c'è Impresa, non c'è Lavoro, che porta all'abbandono dei luoghi e ad una inevitabile deriva, anche nei valori. I tempi impongono un abbandono delle ideologie e un rafforzamento della "spinta gentile", diventata teoria accademica grazie a Richard H. Thaler, ultimo Nobel per l'Economia, che porti ad un miglioramento del contesto all'interno del quale i fattori produttivi ed umani recuperino il loro vero ruolo, nell'interesse generale, producendo poi benessere e sicurezze allargate.



IL PUNTO del presidente Fipe Lino Enrico Stoppani

L'eredità di Marchesi e le contraddizioni sul cibo

Abbiamo archiviato il 2017 con il dispiacere per la morte di Gualtiero Marchesi ed avviato il 2018 tra nuove speranze, che alimentano fiducia ed ottimismo. Su Gualtiero Marchesi è stato scritto e detto tutto; la riconoscenza, l'affetto e la stima che ha meritato sono stati dimostrati dall'allargato cordoglio e dalla imponente partecipazione alle esequie funebri. Mancherà alla sua famiglia, alla sua azienda, ma anche al nostro Paese, perché Gualtiero è stato personaggio pieno di valori e di qualità, che ha messo a disposizione della Ristorazione italiana, per la quale ha segnato la svolta qualitativa verso l'eccellenza oggi riconosciute.

Come tutti i grandi, ha avuto sostenitori e critici, ma se valutiamo i costanti progressi che la Ristorazione ha avviato sulla scia delle sue innovative scelte, si capisce l'importanza del suo ruolo.

A questo aggiungerei due qualità uniche; la prima è stata la sua capacità di talent scout, dimostrata dai tanti professionisti che ha cresciuto, che gli riconoscono il merito di aver loro trasmesso passione, competenza, diligenza e applicazione sul lavoro.

La seconda qualità, invece, è stata la sua personalità, che gli ha consentito di affrontare autorevolmente qualsiasi confronto, anche sul piano dialettico, dando valore culturale, giusta dignità e dimensione economica alla professione di "cuoco", aumentandone il rating reputazionale e diventando il pioniere di un forte accreditamento istituzionale e professionale del ruolo.

Il 2018, invece, partito con nuove speranze e altrettante incertezze, quest'ultime collegate al rischio ingovernabilità per le scadenze elettorali, è stato proclamato "Anno Nazionale del Cibo Italiano".

Iniziativa certamente lodevole, nel solco della promozione

del nostro Paese, tra l'altro prevista nel "Piano Strategico del Turismo", da sostenere, incominciando magari a chiarire un equivoco di fondo, che vedrebbe nell'Agricoltura il solo movimento che abbia titolarità e legittimazione nella definizione delle politiche che riguardano il cibo, trascurando la Ristorazione che, invece, lo trasforma, lo valorizza e lo promuove.





IL PUNTO del presidente Fipe Lino Enrico Stoppani

Un CCNL da tesaurizzare

Nel mezzo di una campagna elettorale di corsa, spesso distante dai problemi del Paese, con il possibile rischio di ricominciare una legislatura senza aver individuato le priorità sulle quali intervenire per sostenere il rilancio e la crescita dell'Italia, il settore del fuoricasa italiano, dopo circa cinque anni di laborioso travaglio, ha partorito il primo CCNL riservato ai soli "Dipendenti dei Pubblici Esercizi, della Ristorazione Commerciale e Collettiva e del Turismo".

È certamente un passaggio importante perché la categoria, con un CCNL svincolato, autonomo ed indipendente rispetto ai precedenti, sottoscritti con la compartecipazione di categorie vicine ed affini (alberghi, agenzie di viaggio, etc.), ha ora lo strumento per negoziare direttamente i propri bisogni ed esigenze su un fattore, quello del Lavoro, determinante per la tenuta delle imprese e per il rafforzamento qualitativo del comparto.

A pagina 1e sono presentate le novità, sui livelli retributivi e gli interventi sugli istituti normativi (durata, organizzazione del lavoro, rol, scatti di anzianità, valore del pasto, maggiorazioni salariali, armonizzazione alle nuove normative del lavoro, cambi di gestione, etc.), inserite in un nuovo contratto di lavoro che, per definizione, è la sintesi di concessioni reciproche e, quindi, imperfetto per natura.

Per le imprese, qualsiasi contropartita economica doveva trovare riscontro nella revisione di alcuni istituti normativi che potessero incidere sulla bassa produttività, vero male del settore.

Infatti, senza margini e profitti non si remunera il Capitale investito, non si finanziano gli investimenti migliorativi di cui il settore ha bisogno e non si riesce neppure a migliorare i livelli salariali.

L'incidenza del costo del lavoro sui conti economici delle nostre imprese è rilevante, differenziato a seconda del modello di business, ma tendenzialmente troppo alta, e volerla limitare non significa castigare i dipendenti, ma recuperare efficienza e produttività nell'interesse complessivo dell'impresa.

Infatti, senza impresa non c'è lavoro e per poter ridistribuire ricchezza, il primo obiettivo è crearla, efficientando tutti i fattori della produzione.

Fatto questo importante passaggio sindacale, rimane da risolvere ancora tutto il resto, con i relativi tanti altri problemi, compito che spetta agli Imprenditori, che però devono trovare un miglior supporto e sostegno dalla politica, che deve essere in grado di interpretare la gravità del momento ed agire di conseguenza, stando cioè sui veri problemi del Paese.

Le associazioni di categoria hanno il dovere di non nascondersi e di trasferire chiaramente il malessere delle imprese, rispetto anche ai toni e ai comportamenti della politica.

Non c'è bisogno di "Manifesti", ma di inviti espliciti a tralasciare, per esempio, l'immobilismo e l'anacronismo di chi vuole scappare dall'Europa, tergiversando sull'euro, evitando di distruggere il buono che è stato fatto in questi anni, dando continuità e nuova energia ai provvedimenti utili per il Paese, come quelli sul Jobs Act, che ha aiutato non a licenziare con più facilità, ma ad assumere con più semplicità e ripristinando magari anche lo strumento dei Voucher.

Va contrastato, inoltre, il voler cavalcare le paure del Paese o inseguire il libro dei sogni senza prescindere dalla realtà, per la quale il debito pubblico non è una opinione, ma un fardello che non può permettersi altro assistenzialismo, che addormenta e penalizza creatività, intraprendenza e merito. Non è, però, contraddittorio richiedere una seria riforma fiscale, che riduca l'attuale insostenibile pressione fiscale, premiando imprese e lavoratori, con l'obiettivo di favorire crescita e creare occupazione, contando sull'effetto moltiplicatore generato dalle risorse liberate per i consumi.

È un momento decisivo, da accompagnare con le migliori energie di tutti, anche per non perdere altri spazi da Paesi che, stando sempre sui temi del lavoro, oggi propongono orari di lavoro su 28 ore settimanali, un sistema di welfare privato estremamente generoso e altre opportunità, che rispetto alle nostre odierne possibilità costituiscono un miracolo.



IL PUNTO

del presidente Fipe Lino Enrico Stoppani

Meglio concedersi, mai rinunciare!

Un affermato e stimato nutrizionista, interrogato su quale dovesse essere il corretto approccio al cibo, ha citato una frase attribuita al saggista americano Upton Sinclair che recita "Meglio concedersi, mai rinunciare!", considerazione che sembra la giustificazione ai "Peccati di Gola" che sono i mali che giustificano la sua professione.

Un'apparente contraddizione in termini, cioè, per chi fa del rispetto della dieta, della moderazione a tavola e della sana alimentazione, pane quotidiano per la sua attività professionale. È invece una citazione molto pertinente, inserita nel contesto di un ragionamento che riguardava i temi del cibo connessi a quelli della salute, con le loro evidenti correlazioni, perché da sempre si sostiene che la prima medicina sta "in cosa e come si mangia".

Il cibo buono non fa mai male e l'intelligente rotazione degli alimenti arricchisce l'organismo e aiuta anche a stimolare la pigrizia dell'apparato digerente.

È quello cattivo, piuttosto, a cui si dovrebbe rinunciare, perché produce danni e malattie, ma il problema, che a prima vista sembra banale, sta nella difficoltà del consumatore a saper distinguere tra cibo buono e cattivo, perché sul tema le difese si sono molto abbassate.

La diffusione del cosiddetto "junk food" testimonia l'incapacità di questa generazione di dare il giusto valore al bisogno primordiale della nutrizione, oggi considerata solo un'esigenza fisiologica, e non anche motivo di piacere e di gratificazione personale, sensazioni proprie dei piaceri della tavola. Sono certamente cambiati i tempi e le priorità per la gente, e alle ricche nuove generazioni manca certamente l'educazione alimentare propria, invece, di quelle dei nostri predecessori, per le quali la rotazione dei piatti, la varietà e la qualità degli ingredienti, oltre che la fame, hanno cresciuto sensibilità e competenza al gusto e al buono, contrastando anche lo spreco, piaga della modernità.

La responsabilità di valorizzare la cucina e di educare oggi è soprattutto affidata alla Ristorazione, vista la crescita sia dei

consumi fuoricasa che dell'utilizzo dei piatti pronti e confezionati nelle famiglie.

L'esercente si confronta, però, con un consumatore normalmente meno preparato ed educato sul gusto e i sapori, distratto nelle sue scelte dalla pubblicità, dalle mode, dalla presentazione, dalla comodità dei piatti, dai personalismi e dagli eccessi di alcuni cuochi, oltre che dal contesto in cui si consuma, dove la scelta del locale dipende sempre di più dall'ambientazione e dalla frequentazione che lo caratterizza e sempre meno, purtroppo, dalla qualità dei prodotti somministrati.

È in corso una grande trasformazione, che tocca ogni cosa, anche le modalità, i tempi e il contenuto dell'offerta di cibo. È facile dire che è in corso un preoccupante peggioramento, testimoniato dall'aggravarsi delle malattie alimentari come l'obesità, il diabete, l'alcolismo o le intolleranze/allergie.

C'è bisogno, quindi, di recuperare i valori veri del cibo, che richiede azione e responsabilità su più fronti, con qualche passo indietro anche su consolidate brutte abitudini.

Avere cura di se stessi, cioè, non deve limitarsi a scegliere i migliori abiti, ritagliarsi spazi per le vacanze, investire sul fitness e altre belle cose di questo tipo, ma significa anche dedicare migliore attenzione e considerazione al cibo e al modo di consumarlo. Jamie Oliver, uno dei più noti *celebrity chef* inglesi, sostiene che "il cibo sano è pregiudizio dei ricchi e che i poveri continuano a mangiare schifezze. E a ingrassare".

Affermazione che suona come una provocazione, certamente con alcune verità, ma non possiamo dimenticare che gli italiani non sono tutti ricchi e hanno imparato lo stesso a mangiare bene, tesaurizzando la storia millenaria della nostra cucina, che ha fatto del corretto uso dei prodotti della terra e il recupero degli avanzi le basi sulle quali consolidare qualità, varietà, sostenibilità e salubrità. Certo che se si riuscisse a limitare l'incessante pubblicità messa in onda durante i programmi dei bambini, che riguarda cibi pieni di grassi, sale e zuccheri, forse riusciremmo meglio a superare nei fatti le provocazioni di Jamie Oliver.



IL PUNTO del presidente Fipe Lino Enrico Stoppani

Capitale Umano: costo o investimento?

La necessità di investire sui temi della Formazione continua ad essere un tema di grande attualità ed interesse per il settore, nonostante la mancanza dell'interlocuzione con la politica, impegnata oggi a definire i nuovi equilibri istituzionali. Emblematico è il tema dell'istituzione di un corso di "Laurea in Accoglienza", un progetto che farebbe solo bene e di cui c'è bisogno.

Basti pensare all'indagine ISTAT sul "Capitale Umano" delle aziende italiane, ovvero sulle "conoscenze, abilità, competenze ed altri attributi degli individui che facilitano la creazione di benessere personale, sociale ed economico". Ci sono diversi parametri che lo misurano, tra i quali anche la somma degli anni di istruzione scolastica e lavorativa degli operatori impegnati in un comparto. Al riguardo, il nostro settore ha una media tra le più basse, pari a circa 10 anni, dato che – considerato che 8 punti sono assorbiti dagli anni della scuola obbligatoria (5 di scuola elementare e 3 di media inferiore) – ne esprime inequivocabilmente le debolezze.

Anche precisando che l'indagine ISTAT è circoscritta alle aziende con più di 10 dipendenti, e pertanto racconta solo in parte la storia di un settore come il nostro costituito da piccole imprese, il dato è tuttavia sintomatico e spiega molti dei mali che lo caratterizzano. Infatti, la "Cultura", intesa nel senso ampio del termine, è indispensabile anche per le imprese, perché le rafforza quasi "geneticamente", dotandole cioè degli attributi indispensabili a contrastare e a prevenire difficoltà, combattendo pigrizia o appiattimento gestionale, aumentando quella propensione al cambiamento che consente di interpretare i momenti, capire le tendenze e le aspettative del mercato, avviare gli investimenti migliorativi, contrastare il naturale declino delle attività.

Fa discutere, però, l'incondizionato sostegno della Politica al progetto accademico sul Turismo gastronomico, perché, da

una parte, condivide teoricamente l'investimento professionale degli operatori e, dall'altra, negli anni ha, invece, accompagnato la deriva normativa sulla sua legislazione, rimuovendo qualsiasi vincolo di accesso al mercato e abbassando la dotazione dei requisiti professionali e morali necessari per l'esercizio delle attività di Pubblico Esercizio.

Le conseguenze sono chiare: bassa produttività e marginalità, diffusa concorrenza sleale, strisciante dequalificazione, con aumentato utilizzo di precotti e semilavorati industriali, alta mortalità delle imprese, crescita dei rischi igienico-sanitari e delle malattie cibo-correlate, riciclaggio di denaro con le infiltrazioni malavitose, declassamento reputazionale, etc.

L'abbassamento dei requisiti per accedere ed esercitare la professione, insomma, rischia di pregiudicare la nostra riconosciuta leadership internazionale sul cibo e penalizzare anche la nostra offerta turistica, con la consapevolezza, quindi, che qualsiasi ipotesi d'investimento sulle competenze non può prescindere dalla contestuale revisione anche delle regole di accesso alla professione.

Anche le Imprese, però, devono fare di più, innanzitutto rendendo più attrattivo il settore, che porterà prima gli studenti degli Istituti Tecnici Professionali ad una scelta consapevole, e non residuale, del loro percorso scolastico e, in prospettiva, anche migliori livelli retributivi e di welfare settoriale, rispetto agli attuali. E poi la qualità degli imprenditori ha bisogno di essere rafforzata. Starbuck's favorisce l'accesso all'Università dei suoi dipendenti, con incentivi e agevolazioni, mentre molti dei nostri imprenditori considerano ancora il tempo della Formazione un costo e non un investimento aziendale.

Giusto, quindi, chiedere e pretendere investimenti sul capitale umano del settore, ma contemporaneamente, bisogna dimostrarsi pronti a farli.



IL PUNTO del presidente Fipe Lino Enrico Stoppani

Autorità e Permissivismo

La questione educativa è uno dei temi più difficili, eppure più pervasivi della società e del suo futuro. Il "bullismo" giovanile è uno dei tanti sconfortanti esempi, che vede protagonisti ragazzini aggressivi, sfacciati e insofferenti, insegnanti disarmati e rassegnati, famiglie distratte e indifferenti, oggetto di discussione, con differenti poi prese di posizione, tra colpevolisti, giustificazionisti, nostalgici. La deriva, però, ha colpito anche il mondo delle nostre imprese, non tanto nei rapporti interni, dove le gerarchie e le organizzazioni aziendali hanno imposto chiare "regole di ingaggio" che fanno da argine alle degenerazioni, quanto piuttosto nei rapporti esterni, come dimostrano alcuni recenti episodi di maleducazione da parte di avventori di Pubblici Esercizi, oggetto di cronaca e di approfondimento sui giornali.

Emblematico è il caso di un esercente di Treviso che, esasperato dal comportamento di un cliente particolarmente scortese, ha postato sul web la sua esperienza, alimentando una campagna social – con relativo hastag –, facendo quindi uscire altre vittime di maltrattamenti analoghi (cassiere e commessi dei negozi), ricevendo infine solidarietà e sostegno da numerosi followers! Indipendentemente dall'individuale grado di civiltà delle persone, questi episodi sono purtroppo indizio di una generalizzazione: la scarsa considerazione verso professioni come le nostre, considerate umili per la forte componente di servizio, dove il pagamento di un corrispettivo autorizza spesso il destinatario della prestazione ad atteggiamenti irrispettosi e a pretendere (giustamente) il miglior servizio, ma senza (quasi mai) un minimo di comprensione verso gli inevitabili errori, gli imprevisti o le oggettive difficoltà del lavoro. È stato pagato un prezzo e, quindi, richiamando il mantra che "il cliente ha sempre ragione", non è ammesso sbaglio o, peggio, si pretendono onori o servizi non previsti.

Questi comportamenti hanno diverse motivazioni. Da una parte, c'è certamente lo storico atteggiamento dell'Eser-

cente che, con l'obiettivo di fidelizzare il cliente, gli ha sempre dedicato le migliori attenzioni, investendo su qualità e professionalità, ma anche coltivando una forte propensione alla pazienza, che ha generato nel tempo un tasso di sopportazione, capace di assorbire anche scortesie, malumori, critiche.

Atteggiamento che in sé è un valore aggiunto, che fa parte del DNA del bravo commerciante, spesso abusato e non correttamente interpretato, sbrigativamente letto solo come conveniente sottomissione e non, invece, come indice di serietà ed educazione verso il cliente.

Dall'altra parte, a spiegare il "bullismo" di certi clienti, c'è una motivazione più generale: sta nel venir meno di un concetto importante nell'organizzazione sociale, che è quello di "autorità", rappresentata dalle gerarchie e da figure rappresentative della vita delle persone (i genitori, gli insegnanti, il medico, il vigile, etc.) che trasmettevano i veri valori della vita, alle quali si portava rispetto e in ogni caso ci si doveva confrontare per crescere. L'autorità, infatti, suggeriva tempi e modalità di scelte, dettava regole e principi, imponeva limiti e divieti, pretendeva rispetto, puniva le trasgressioni, dava riferimenti corretti, anche di equità e giustizia.

Il venir meno dell'autorità, ha generato il permissivismo, che ha fatto diventare normale non obbedire, non studiare, non fare il proprio dovere, con il disimpegno generale anche dalle responsabilità.

È stato facile e comodo accompagnare questo cambiamento, perché educare, pretendere, rimproverare, correggere, punire, costa anche fatica, con la conseguenza che oggi è sconosciuta qualsiasi superiorità – politica, familiare, culturale, morale, – per cui tutti possono parlare, insegnare, scrivere, governare, offendere, trasgredire. E i doveri sono sempre degli altri. Invece, in un bar come nella vita, senso e dovere civico non si inventano, ma si coltivano ogni giorno, recuperando anche questi valori dimenticati.



IL PUNTO del presidente FIPE Lino Enrico Stoppani

Il Governo del Cambiamento tra Agricoltura e Turismo

Dopo una trafficata gestazione è stato partorito un Governo, a cui non si può che augurare bene, perché le sorti del Paese dipendono molto dalle sue politiche: economiche, sociali, istituzionali.

Il suo esordio è accompagnato, da una parte, da positive aspettative ed entusiasmo, soprattutto da chi ha sostenuto i Partiti che lo esprimono e, dall'altra, invece, da altrettante dosi di scetticismo e preoccupazione targate opposizioni.

Al di sopra, vigila e opera la figura del Presidente Sergio Mattarella, certezza, sicurezza e garanzia per il Paese.

Sulle questioni politiche le Associazioni di Categoria hanno sempre avuto un profilo istituzionale, di rispetto e moderazione, cioè, nei comportamenti e nei toni rispetto alla Politica, atteggiamento spesso interpretato dalle aziende rappresentate come eccessiva riverenza, che disperderebbe l'efficacia dell'azione sindacale.

Ognuno sul tema ha le sue legittime opinioni, ma esperienza e trascorsi insegnano che questo approccio premia, anche perché non impedisce una critica costruttiva all'azione politica. Da questo Governo, ridimensionate le preoccupazioni su Euro ed Europa e riformulate le posizioni su reddito di cittadinanza, Legge Fornero, flat tax ed altri interventi che avrebbero avuto impatti sulla tenuta dei conti pubblici, ci si aspetta l'azione politica coerente non solo con gli obiettivi del "Contratto" sul quale si è costruita l'alleanza politica, ma anche e soprattutto con i vincoli di bilancio e gli accordi internazionali.

Dare fiducia incondizionata sarebbe un disimpegno rispetto alle responsabilità di controllo, ma la partenza del cosiddetto "Governo del cambiamento" deve essere accompagnata con i migliori auspici e la giusta dose di benevolenza e comprensione, rispetto ai possibili errori strategici dovuti a qualche deficit di esperienza. D'altra parte, però, se politici di lungo corso, definiti esperti e competenti, hanno lasciato il Paese

nelle condizioni che lamentiamo, allora può starci anche il periodo di grazia sui nuovi.

Non è una cambiale in bianco, ma la consapevolezza delle difficoltà che si presentano ai nuovi governanti, in un contesto socio-economico pieno di debolezze e criticità.

Ruolo delle Associazioni di Categoria è quello di vigilare e puntolare e, al riguardo, preoccupano le prospettive sulle politiche del Turismo, distaccate dall'ex Mibact, dove il settore aveva un'allocazione coerente e funzionale con la gestione dei beni artistici e culturali, attrattori di turismo, e destinato ad un accorpamento con il Mipaaf (Ministero politiche agricole, alimentari e forestali) che ha sempre avuto altre competenze e funzioni. La decisione sembra giustificata dalla necessità di deviare flussi turistici dalle saturate città d'arte verso i borghi e quello che c'è nel resto dell'Italia, agriturismi compresi, assegnando, quindi, all'agricoltura anche una funzione turistica, che non è strategicamente coerente.

C'è un precedente nella trascorsa legislatura, che aveva attribuito al mondo agricolo titolarità e legittimazione nella definizione delle politiche sul Cibo, trascurando settori che in termini di occupazione e di valore aggiunto valevano sul tema molto di più, come la Ristorazione e l'Industria Alimentare, che producono, trasformano, valorizzano, promuovono ed educano. Stonature già denunciate, che hanno portato ai "Distretti del Cibo" orientati solo verso i bisogni del mondo agricolo, che si stanno replicando per il Turismo, sottovalutando evidentemente il fatto che gestire flussi turistici, valorizzare le nostre eccellenze, promuovere il Paese, richiede competenze ed esperienze che non si inventano, considerando anche il fatto che per tutelare i territori c'è già il Ministero dell'Ambiente.

Scelte discutibili, al limite dell'autolesionismo, che speriamo siano corrette, anche per non dare aggiuntivi vantaggi competitivi a concorrenti già agguerriti di loro.



IL PUNTO del presidente Fipe Lino Enrico Stoppani

Da TripAdvisor al Food Delivery: quale futuro per il settore?

La rivoluzione digitale, che sta velocemente trasformando il mondo, interessa trasversalmente tutta la società e, se è vero che non si mangia né si beve (ancora) on-line, il settore dei Pubblici Esercizi ne è stato prepotentemente investito. Qualche anno fa TripAdvisor è entrata a gamba tesa nel settore, con la novità delle recensioni on-line, che hanno rivoluzionato il concetto di "reputazione" dei locali, portando anche alla patologia della vigliacca diffamazione social, che ha allertato gli operatori e suggerito alla piattaforma nuove procedure per la verifica dell'autenticità dei contenuti.

A distanza di tempo, molte migliorie sono state apportate, grazie anche all'intervento della Federazione, e oggi TripAdvisor offre un servizio migliore e più attendibile sulle attività recensite, avendo posto un argine alle frustrazioni dei professionisti della cattività e offerto uno strumento commerciale agli stessi Ristoratori, che possono promuovere le loro attività oppure migliorarne il tasso di occupazione, offrendo parte dei coperti a prezzi agevolati agli utilizzatori della piattaforma. Oggi, portato alla ribalta dall'iniziativa governativa sui "Riders", sta assumendo sempre più importanza il tema del "Food Delivery", non tanto o almeno non solo per gli aspetti collegati ai rapporti di lavoro e/o collaborazione tra piattaforme e riders, dove comunque il termine "dignità" riferito a quel lavoro sembra quanto mai abusato. Il Food Delivery appare denso di implicazioni rilevanti per lo sviluppo di questo mercato e dello stesso modello di business della Ristorazione, anche per la gestione dei cosiddetti big data, che aggiungono valore economico alla filiera ed alimentano nuove minacce ma anche nuove opportunità.

In un Paese come l'Italia, che fa della sua filiera eno-gastronomica una delle sue più apprezzate eccellenze, ci possiamo ragionevolmente chiedere che fine faranno i Ristoratori, visto che il loro mercato è aggredito dalle piattaforme che intermediano la domanda. Per non parlare del fatto che c'è chi prefigura la nascita di "cucine virtuali", senza posti a sedere o camerieri,

che interagiscono, cioè, solo con la Rete. Ancora, ha senso – e bisogna – chiedersi come la rielaborazione dei dati sensibili (profilare gli utenti, conoscere i prodotti più venduti, i servizi più apprezzati, le fasce orarie o le zone più convenienti) potrà interferire sul modo, sulla qualità e sulla identità di fare ristorazione.

Non sono domande banali, e non sono marginali, vista l'esplosiva crescita del food delivery, oggi stimato in circa 500 milioni di euro, destinato a salire oltre 2,5 miliardi entro il 2022, occupando circa 10.000 riders e interessando oltre 4 milioni di consumatori italiani. Sono domande che oggi non hanno una risposta certa, anche se è evidente che nel settore si realizzerà una sempre maggiore convivenza tra la ristorazione tradizionale e quella delle "Food Delivery Company" o degli Home Restaurant della sharing economy, con un effetto cannibalismo a danno della prima che personalmente considero marginale, interpretando, piuttosto, opportunità di ricavi aggiuntivi e complementari per gli Esercenti che sapranno intercettare questa nuova domanda, in particolare sul canale "catering". Infatti, in un mercato che negli anni ha visto l'espansione della GDO mandare in difficoltà la piccola distribuzione e i negozi di vicinato, o le formule "Outlet" minacciare i negozi di abbigliamento, la Ristorazione non solo è cresciuta, in termini di fatturato e occupazione, ma è anche riuscita a rafforzare il proprio modello di offerta. Un modello che ha nel valore del servizio il fattore premiante e, insieme, la variabile discriminante difficile da industrializzare, rendendo il comparto unico e pieno di anticorpi alla serialità.

Se a questo aspetto aggiungiamo i valori sociali legati alla tradizione della Ristorazione italiana, difficilmente si potranno trasformare in gigabyte le emozioni, il piacere e l'esperienza di un buon piatto, e tanto meno la socialità della convivialità potrà ridursi a social e community. Insomma i locali pubblici sono e resteranno un riferimento antropologico, a prova anche di clic.



IL PUNTO

del presidente Fipe Lino Enrico Stoppani

Immigrazione e Ristorazione: corsi e ricorsi storici

La Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi ha recentemente diffuso dati che riguardano il forte incremento della Ristorazione "etnica" (+ 40% in 5 anni, 23.000 imprese, 84.000 occupati, i dati principali), sviluppo distribuito omogeneamente in tutto il Paese.

È un dato che non sorprende, perché il fenomeno è ben visibile e anche facilmente percepibile frequentando i nostri esercizi, al quale si possono dare diverse letture.

Innanzitutto in un momento nel quale sul dilagante problema dell'immigrazione si confrontano contrapposti schieramenti, che alimentano le preoccupazioni, i problemi e le divisioni che i Media riportano, i cambiamenti nell'imprenditoria e nell'occupazione del settore dimostrano che esiste anche una immigrazione che genera buona economia, testimoniata dai tanti casi di successo che il settore esprime, con imprenditori e operatori bravi, capaci e seri.

Inoltre il settore riconferma la sua predisposizione ad avere tra i tanti valori, anche quello di aggregatore sociale per i nuovi abitanti di un Paese, funzione storica che ha permesso, in passato, ai tanti poveri emigranti italiani di diffondere nel mondo la nostra cucina, ritagliandosi un mestiere utile ed apprezzato nei lontani luoghi di destinazione della loro avventura di vita, diventando primi e straordinari ambasciatori del "Food in Italy". Corsi e ricorsi storici, che oggi, invece, vedono il nostro Paese offrire ai tanti immigrati un'occasione di lavoro in Bar, Ristoranti, Pizzerie, dove inizialmente è richiesta solo voglia di lavorare, serietà e disponibilità a svolgere mansioni umili, caratteristiche sulle quali inventarsi una prospettiva di lavoro che i più bravi, mettendoci anche tanto sacrificio e impegno, hanno saputo trasformare in un progetto imprenditoriale, che sta trasformando "geneticamente" il Fuoricasa italiano.

Questo percorso è favorito anche dallo spazio che viene dato loro dagli italiani, che con il benessere hanno fertilizzato anche pigrizia e scarsa propensione ai sacrifici che alcuni mestieri

richiedono, preferendo la vana attesa di un lavoro comodo e ben retribuito, rispetto all'investimento sul proprio futuro, che suggerisce l'importanza di partire presto, perché tutti i mestieri si imparano da giovani, e che impone anche la disponibilità ad adattarsi a lavori che richiedono rinunce e sacrifici, che con il tempo sanno poi restituire anche soddisfazioni.

Questo è uno dei principali motivi che spiega il fatto che nelle compravendite di attività commerciali si trovano sempre più spesso controparti con targa straniera (cinesi, sudamericani, magrebini, orientali, etc.) disposti ad acquisire e subentrare nelle nostre attività, investendo i risparmi di una vita, con l'aiuto di famiglia e comunità, che garantiscono ai nostri, tra l'altro, l'incasso di "avviamenti commerciali", altrimenti dispersi visto il disinteresse degli "autoctoni".

Sono gli effetti della globalizzazione che, da una parte, produce una evoluzione e un arricchimento della nostra offerta, con le positive contaminazioni gastronomiche, dall'altra, invece, contiene il rischio di danneggiare la memoria alimentare del corpo, con effetti sulla salute delle persone, oltre alla perdita di identità della cucina italiana, che per esprimersi ha sicuramente bisogno di prodotti di qualità che la nostra terra e l'industria alimentare sanno offrire, ma anche di attori (cuochi e camerieri) che conoscano le tradizioni e la storia dei nostri piatti, da attingere da un vivaio continuamente alimentato dai nostri ragazzi.

È argomento delicato e decisivo, non solo per arginare la piaga della disoccupazione giovanile, ma anche per evitare che questi nuovi imprenditori etnici svolgano inevitabilmente il fondamentale ruolo che i nostri emigranti hanno svolto nel promuovere nel mondo la cucina italiana, che ha poi sviluppato le esportazioni dei nostri prodotti alimentari. Qualche segnale l'abbiamo, nonostante dazi e vincoli sanitari, ma prima di importare e apprezzare anche i cosiddetti "bastard and junk food", con le avvisaglie su insetti, larve e cavallette, non sottovalutiamo questi cambiamenti.



IL PUNTO

del presidente FIPE Lino Enrico Stoppani

Cibo e Cultura tra Sacro e Profano

Il Governo ha deciso di proclamare il 2018 "Anno nazionale del cibo italiano" con l'obiettivo di valorizzarne le sue trasversali funzioni: economica, ambientale, nutrizionale, etica, sociale, culturale, reputazionale e anche culturale.

Così Fipe che rappresenta le Imprese che hanno nel cibo il loro core-business, ha dedicato la sua Assemblea annuale al binomio "Cibo e Cultura". Con la convinzione che, nella misura in cui si riesce ad allargare lo sguardo oltre agli aspetti economici o più tradizionali del settore, si finisce per migliorare anche la sensibilità e la considerazione verso un settore come quello dei "Pubblici Esercizi", spesso malconsiderato, non solo per colpe proprie, ma anche per la difficoltà a comprendere gli annessi e connessi all'attività sindacale, che sono radicati e permeati anche di valori storici, antropologici, etici, sociali, spirituali e culturali.

Nelle tradizioni gastronomiche si legge il DNA di un popolo: è cultura stratificata nei secoli, che ha individuato e generato ingredienti, piatti e ricette e che esprime temperamenti, inclinazioni e contaminazioni sociali. Dai nomi ai gesti, gli usi e costumi alimentari diventano ritualità, religione, persino scaramanzia. Il cibo è un atto individuale, ma anche una storia collettiva.

Nella storia, la "Great Famine" irlandese (1845-1849), per esempio, che ha provocato carestie e morti a causa di una malattia della patata, ha dato avvio alla grande emigrazione dall'Irlanda verso il Nord America e rafforzato il nazionalismo che ha portato alla sua indipendenza dal Regno Unito, ridisegnando la storia e i confini dei paesi anglosassoni.

Le stesse "Primavere Arabe" hanno trovato nelle misere

condizioni di vita negli stati del Maghreb, esasperati da stagioni di scarsi raccolto di cereali, terreno fertile per accendere i focolai delle rivolte.

Lo stesso linguaggio è disseminato di modi di dire gastronomici: "buono come il pane", "gallina dalle uova d'oro", "non piangere sul latte versato", "parla come mangi" sono detti popolari che traducono concetti essenziali di vita.

Anche le superstizioni collegate al cibo raccontano la storia dei popoli; sprecare il sale si dice di cattivo auspicio, perché nei secoli era il solo modo di conservare il cibo e la sua mancanza avrebbe portato alla fame, mentre, invece, il peperoncino ha fama di portar bene poiché grazie alla forma che richiama la virilità maschile è segno di vitalità e forza fisica.

Dal profano al sacro, il cibo entra nella simbologia delle grandi fedi religiose, dalle proibizioni al valore rituale delle condivisioni cerimoniali che hanno nell'Eucarestia l'atto sacramentale più importante per i cristiani.

Il legame tra cibo e la cultura di un popolo è insomma un fatto universale, ancestrale e anche elementare, perché poi tutto riporta agli elementi più basilari del nostro mondo, come l'acqua, l'aria, il fuoco e la terra. Riprendere e rafforzare questi legami, non significa ribadire o rafforzare il ruolo della rappresentanza del settore, ma si vuole raccomandare attenzione, visione e coerenza nell'affrontare i temi del cibo, trascurando improvvisazioni, prendendo, invece, vera consapevolezza di quanto il cibo sia parte integrante del nostro passato e una parte fondante del futuro del nostro Paese.

Organi e Riunioni

ORGANI COLLEGIALI



ASSEMBLEA

2018

15 novembre

COMITATO DIRETTIVO

16 febbraio	MILANO
11 aprile	ROMA
23 maggio	ROMA
7 giugno	ROMA
3 ottobre	ROMA
14 novembre	ROMA

GIUNTA DI PRESIDENZA

23 maggio	ROMA
3 ottobre	ROMA

PRESIDENZA

4 maggio	MILANO
11 luglio	ROMA
19 ottobre	MILANO
14 novembre	ROMA





