

Semi vuoti

I dehors del centro città fotografati all'ora di pranzo: una volta c'era la coda per trovare posto a tavola

pagate. Ieri gli uffici torinesi dell'ente di previdenza hanno fornito l'aggiornamento dei pagamenti della cassa integrazione in deroga, al centro nelle ultime settimane di proteste e polemiche per i ritardi con cui è stata accreditata ai lavoratori.

A impressionare è il totale dei piemontesi che in questi mesi di emergenza Covid hanno chiesto sussidi e sostegno ai redditi: 1.327.000, praticamente uno su

quattro. Inps ha pagato 30mila 479 domande di cassa ordinaria, per oltre mezzo milione di beneficiari e ancora ne mancano, come testimonia la protesta dei lavoratori degli appalti di pulizia e mense di scuole e uffici in piazza per chiedere certezze sul futuro e impegni sul presente che in tanti casi è fermo all'ultimo stipendio ricevuto che porta la data di febbraio oltre la quale non è arrivato nulla.

In totale supera il milione il numero dei piemontesi che hanno chiesto un sussidio

con appena 5 persone, poi diventate una task force di 50.

In generale delle 63mila 529 domande che la Regione ha trasmesso da quando è iniziata l'emergenza e fino a fine maggio, ne è stato autorizzato il 98 per cento. La quota mancante è tornata indietro perché presentava anomalie sui documenti e sui requisiti che ora l'assessorato regionale al Lavoro dovrà verificare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La catena di hamburger di razza piemontese

La Fassoneria cambia format e punta sulla carne d'asporto

Se la pausa pranzo al ristorante o al bar va in crisi, allora è il locale che prova a cambiare format. Succede alla catena di hamburger di carne di razza bovina piemontese La Fassoneria, che conta due punti vendita a Torino e dieci in tutta Italia. E che per far fronte alle nuove abitudini create dal coronavirus e i budget risicati degli aspiranti imprenditori, cambia format, rivoluzionando la tipologia dei nuovi locali. Un franchising chiavi in mano: piccoli bistrot studiati soprattutto per take away e consegne a domicilio. «Abbiamo lanciato il nuovo format due giorni fa e abbiamo già ricevuto telefonate di persone interessate» dice Fabrizio Bocca, imprenditore del food per grandi eventi che a Torino nel 2013 ha aperto la prima hamburgeria, per poi coinvolgere Compral, la cooperativa costituita da 200 allevatori di razza Fassona, e dallo scorso anno anche Coalvi, il consorzio di tutela della razza piemontese. «Il nostro obiettivo è far conoscere questo tipo di carne - spiega - e di fronte a un mo-



▲ Take away e a domicilio
Le nuove carte della Fassoneria

mento di grande incertezza per la ristorazione e il commercio abbiamo deciso di cambiare la nostra proposta di franchising per rispondere meglio alle esigenze dei clienti, diventati fan dell'asporto».

Se con la formula precedente, aprire un locale richiedeva investimenti anche tra i 60 e 300 mila euro, ora bastano 27mila 900 euro e un addetto alla vendita. La formula non è più quella del ristorante ma poi ha un menù di specialità e piatti piemontesi, bensì un bistrot specializzato in panini di carne e soluzioni da passeggio, come le polpette o gli straccetti. Un cambio di pelle per l'azienda di Bocca che prima della pandemia aveva piani di

espansione anche all'estero - «C'erano stati abbozzamenti con Londra e Praga», ammette il ceo - e ora invece gira il focus sull'Italia. «Abbiamo aperto 10 hamburgerie in tre anni, con questo nuovo format contiamo di fare numeri superiori grazie alla qualità del nostro prodotto».

Il consumo della carne di razza bovina è cresciuto durante il lockdown, quando le famiglie erano in casa con tempo per cucinare, ma registra una frenata a maggio, con la ripresa delle attività. «Diciamo che sembra che tutti abbiano più voglia di mangiare pesce - dice con una battuta il responsabile del consorzio Coalvi Giorgio Marenga - Con la nuova formula ci auguriamo di aver preso la carta giusta: la ristorazione tradizionale fa fatica non solo per gli extra costi sulla sicurezza, che nell'asporto e nelle consegne sono inferiori, ma anche per la mancanza di clienti che invece così modo speriamo di intercettare». - mc.g.

© RIPRODUZIONE RISERVATA