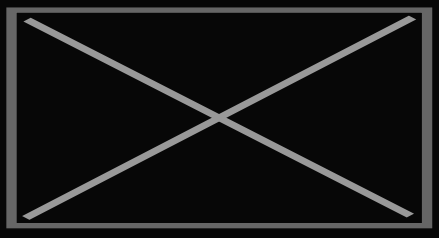
Vocabolario del Bar 2.0 L come Local

salumeria-sf-6afd7b20

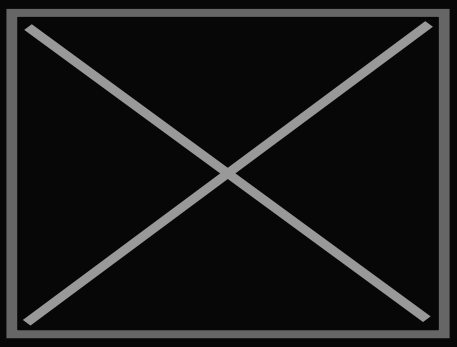
La dimensione local sarà sempre più importante per i bar e i ristoranti.

In realtà lo è sempre stata, ma forse ce la siamo un po’ dimenticata: il bar nasce come centro di ritrovo e aggregazione di una comunità, come punto focale della socialità di un territorio. Travolti dalla globalizzazione – sotto forma sia delle merendine confezionate dall’altra parte del mondo, sia del cliente “forestiero” che passa per un caffè al volo prima di andarsene – spesso abbiamo scordato di guardare al “locale” – ai clienti del palazzo a fianco, ma anche al vino prodotto dall’azienda agricola poco fuori città.

Ora più che mai i pubblici esercizi devono acquisire consapevolezza delle peculiarità del contesto territoriale, storico, sociale che li circonda. Non solo perché il km0 “tira” – un dato di fatto, sia per quanto riguarda il food, per il quale il “km 0“ è ormai sinonimo di freschezza e di rispetto dell’ecosistema, sia per il beverage, dato che la scelta sempre più diffusa di privilegiare vini (e, più recentemente, birre) a chilometro zero diventa un modo per preservare la biodiversità e le tradizioni di un’area geografica.



Ma anche perché scegliere di essere “local” significa abbracciare una vera e propria filosofia, di cui Slow Food e altri movimenti si sono fatti portavoce a livello internazionale. Una scelta che però non deve fermarsi all’approvvigionamento delle materie prime dei piatti nel menu, ma deve arrivare anche coinvolgere direttamente i clienti/cittadini che vivono in quel territorio.



[caption id="attachment_20676" align="alignleft" width="230"]

Una storica foto di Milano, via Senato[/caption]

Il mondo sta diventando, mutuando un aggettivo molto in voga, “glocale”: con le nuove tecnologie non soltanto si può comunicare in tempo reale con l’altra parte del globo, ma anche rinforzare e riscoprire le radici di una località. Lo testimonia il proliferare di pagine Facebook nostalgiche (e seguitissime) come “**Foto Milano Sparita**”, il nascere in Italia delle prime “**social streets**” attraverso cui i residenti di una via possono conoscersi e socializzare, nonché il successo di iniziative come “**Pigneto Social Food**”, che si pone come obiettivo l’aggregazione di un quartiere capitolino grazie all’enogastronomia.

Essere “local” non solo è profittevole: è giusto.

Il Vocabolario continua, non perdetevi la M!

Massimo Airoldi (@massimoairoldi)

LE PUNTATE PRECEDENTI di BAR 2.0

A come Autenticità

B come Branding

C come Crowdfunding

D come Digital Marketing

E come E-Commerce

F come Fidelizzazione

G come Geolocalizzazione

H come Hacking

I come Indicizzazione