

Apro un ristorante nella mia cucina

Il «tetto» di 500 coperti all'anno, limiti sugli incassi e niente contanti Le regole per l'«home restaurant»

a cura di **Lorenzo Salvia**

Le ipotesi

1 ● Il disegno di legge in discussione nell'Aula della Camera dei deputati stabilisce che l'«home restaurant» deve essere un'attività «saltuaria». Cosa vuol dire? Non si può superare il limite dei 500 coperti all'anno, non si possono incassare più di 5 mila euro l'anno

2 ● Il testo vieta il pagamento in contanti. Le «transazioni in denaro sono operate mediante le piattaforme digitali e avvengono esclusivamente attraverso sistemi di pagamento elettronici». Carte di credito, bancomat, PayPal. Tutto deve restare tracciabile

3 ● C'è poi il divieto di incrocio con Airbnb. Le case utilizzate come «home restaurant» non possono essere usate anche per «attività turistiche non imprenditoriali». Chi non segnala l'inizio dell'attività rischia la chiusura e una multa fino a 15 mila euro

ROMA La prenotazione si fa su internet. L'atmosfera è informale e i piatti sono quelli di tutti i giorni, quelli che non trovi più nemmeno in trattoria. Gli *home restaurant* rappresentano l'ultima frontiera della *sharing economy*, quel fine che va da Uber ad Airbnb, dove i cittadini semplici fanno tutto quello che prima era riservato agli addetti ai lavori, dai tassisti agli albergatori. Adesso chi vuole aprire le porte di casa sua per una cena a pagamento: non ci sono regole. Ma potrebbero arrivare.

Ieri l'Aula della Camera ha cominciato a discutere un disegno di legge che mette insieme le proposte di diversi parlamentari e ha già superato l'esame della commissione Attività produttive. Dalla *deregulation* di fatto si passerebbe a una serie di paletti ben precisi. Quali? L'attività di *home restaurant* è da considerare «saltuaria». Per questo «non può superare il limite di 500 coperti l'anno» né «generare

proventi superiori a 5 mila euro annui». Per pagare il conto bisogna usare «sistemi elettronici», cioè carte di credito o bancomat e passare dal sito internet che gestisce le prenotazioni. Tutto tracciabile e niente

contanti. C'è poi il divieto di incrocio con Airbnb: l'attività di ristorazione a casa «non può essere esercitata nelle unità immobiliari a uso abitativo in cui sono esercitate attività turistico-ricettive in forma non imprenditoriale». Non solo. Chi non presenta la Scia, la segnalazione certificata di inizio attività, rischia multe da 2.500 a 15 mila euro.

Regole sensate oppure no? Il fenomeno è in crescita: in Italia nel 2014, secondo una ricerca del Centro studi turistici, sono state 300 mila le persone

che hanno mangiato in questo tipo di «ristoranti». E quelli tradizionali gridano alla concorrenza sleale. Giambattista Scivoletto, fondatore di *HomeRestaurant.com*, piattaforma internazionale in rampa di lancio, ribatte parlando di «sgradevole tentativo di opprimere la libera iniziativa».

Una guerra di posizione che preannuncia toni non proprio distesi. Come dimostra anche una clausola aggiunta in corsa, a prima vista inutile. Dice l'articolo 4 del disegno di legge che le nuove regole «non si applicano alle attività non rivolte al pubblico o svolte da persone unite da vincoli di parentela o di amicizia». Pranzo di Natale e cenetta con gli amici sono salvi. E ci mancherebbe.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

1 Fabrizio Siragusa, a Genova



«Pasta al pesto e storie»
Lui cucina, nonna racconta

Fabrizio Siragusa è un ristoratore di ritorno. Fino a due anni fa aveva la sua pizzeria a Genova. Poi ha ceduto l'attività e ha aperto «Nonna Leo», *home restaurant* nel quartiere di Albaro. Leo sta per Leonilda, la nonna di Fabrizio. Lei non cucina anche se all'inizio così sembrava, perché il marketing è sempre spregiudicato, anche nel ramo *sharing economy*. «Ma a 98 anni — racconta Fabrizio — partecipa a tutte le sere raccontando le storie dei suoi tempi, soprattutto l'arrivo degli americani dopo la guerra. A meno che non ci sia qualcosa di bello da guardare alla tv». Specialità della casa: pasta al pesto, focaccia e torta pasqualina. Massimo dodici coperti, solo su appuntamento. Ma perché questa scelta? «Un po' il fatto che non vedevo mai la mia famiglia — risponde Fabrizio, che di anni ne ha 47 — un po' la crisi». Ma anche un po' di decrescita, forse: «Un ristorante ci sono un sacco di format che non ho avanti, non ti posso dare una cosa del giorno prima». E i nuovi limiti che potrebbero arrivare? «Mi sembrano sensati. Una regolamentazione ci vuole».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

2 Sylvie Capelli, a Milano



«Solo una cena al mese, per vedere gente diversa»

Sylvie Capelli — padre italiano, madre francese — fa l'agente di viaggi a Milano. Dopo 30 anni di orario d'ufficio in un'agenzia vera e propria, adesso lavora solo su appuntamento per la costruzione di viaggi su misura. Ha più tempo libero, la cucina è sempre stata la sua passione. «Tutti i miei amici mi dicevano che dovevo aprire un ristorante, un ristorante vero e proprio», racconta. E lei cosa rispondeva? «Ma che siete pazzi! Ho tanti amici che fanno questo lavoro, la loro vita è un inferno». Così, a 52 anni, ha cominciato ad arrotondare aprendo Chez Sylvie, *home restaurant* in zona Porta Vigentina. Specialità *soupe à l'oignon* in versione contadina, sei ore di cottura. Massimo sei coperti per le cene, fino a 20 per il buffet. Apertura solo su prenotazione. In sala — anzi, nel salone di casa — anche il marito Raffaele, che lavora nella finanza. Cosa pensa delle nuove regole in arrivo? «A me vanno benissimo. Faccio una cena al mese, non per soldi ma per il gusto di incontrare persone nuove». E il pagamento solo on line? «Mi va benissimo: così incasso prima e non perdo i soldi se all'ultimo momento mi danno buca».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

3 Adriana Spataro, a Palermo



«Il rito delle tagliatelle? Piace più dei monumenti»

L'idea l'ha avuta in Inghilterra, dove era andata in cerca di lavoro. «Lì sono partiti molto prima che da noi. E allora mi sono detta: ma se gli inglesi si lanciano nella cucina, cosa potremmo fare noi in Sicilia con tutto quello che abbiamo di buono?». Detto fatto. Adriana Spataro, 36 anni, è tornata nella sua Palermo. Ha aperto una società di servizi per il turismo, sfornato un'audioguida per il centro della città. E deciso di usare la terrazza di casa sua, con affaccio sul mercato di Ballarò, per l'*home restaurant* La Gatta sul tetto. La specialità non è un piatto ma un rito, quello dell'«scannatore»: tagliatelle alla Norma da mangiare su una tavola di legno, tutti in piedi, senza piatto e senza posate. Perché aprire un ristorante in casa? «Mi ci ha portato il contatto con i turisti. Specie per gli stranieri il nostro cibo vale più dei nostri monumenti». I soldi non c'entrano? «Certo, lo faccio anche per arrotondare. Se non arrotondi, oggi, dove vai?». E la nuova legge all'esame del Parlamento? «Delle regole ci vogliono, specie per garantire l'igiene del locale. Però così mi sembrano un po' esagerate. Non crede?».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Creativa ed efficace, i segreti della comunicazione sociale Il Festival mondiale organizzato a Milano da «Pubblicità Progresso». «Scoprire nuovi linguaggi»

L'evento

● Organizzato da Pubblicità Progresso si terrà a Milano dal 15 novembre

● Attesi 50 relatori in 10 location. Poi mostre, dibattiti, seminari e convegni

Solo negli ultimi mesi ci sono stati l'esempio geniale di Checco Zalone, da una parte, con il suo spot per la ricerca sull'atrofia muscolare spinale (Sma), e l'incidente del Terzilli day che ha scatenato innumerevoli polemiche, dall'altra. Le campagne di comunicazione sociale sono materia delicata: difficile trovare la chiave giusta per il successo. In aiuto di organizzazioni non profit, amministrazioni locali, imprese e operatori del settore, Pubblicità Progresso lancia a Milano il suo primo «Festival della Comunicazione sociale».

puntamenti — tra mostre, dibattiti, seminari, convegni e road show nelle università — che approfondiranno il ruolo della comunicazione sociale e ne studieranno linguaggi, segreti e nuove tendenze, in un format che punta a coinvolgere anche studenti e semplici curiosi.

Si parte il 15 novembre, all'auditorium dell'università Iulm, con la maratona «Pubblichi sociali». Una replica dell'appuntamento del 2 novembre scorso che all'Unicredit Pavilion aveva registrato il tutto esaurito. Due ore e mezza

lizzate in tutto il mondo: «il meglio del meglio», dal primo spot mut francese del 1919 ai più riusciti esempi dei nostri giorni.

«Dopo aver ospitato undici conferenze internazionali — spiega Alberto Contri, presidente della Fondazione Pubblicità Progresso — abbiamo deciso quest'anno di ingan-

Il dialogo

Il presidente della Fondazione, Alberto Contri: migliorare il

l'appuntamento dando vita a un festival che trasformerà Milano nella capitale mondiale della comunicazione sociale. L'obiettivo della rassegna, prosegue Contri, è «far capire che la pubblicità è un mestiere che va fatto da professionisti. Vogliamo favorire la conoscenza dei diversi linguaggi, migliorare il dialogo tra generazioni e valorizzare la multidisciplinarietà. Oltre naturalmente far comprendere a un vasto pubblico il ruolo della comunicazione sociale quale strumento per la promozione di una nuova cultura della so-



La pubblicità è un mestiere che va fatto da professionisti. Dobbiamo farne capire meglio il ruolo fondamentale

Cuore dell'iniziativa, che ha ricevuto la Targa del Presidente della Repubblica e i patroni della Regione Lombardia e del Comune di Milano, saranno i convegni a Palazzo Reale: «Comunicare e coinvolgere» (il 21 novembre), «Dialogare con i cittadini» (il 22) e «Il sociale visto dalle imprese» (il giorno successivo). Gli appuntamenti saranno accompagnati dalle due mostre che presenteranno un percorso nei 45 anni di storia di Pubblicità Progresso e le più belle campagne stampa internazionali sul tema della sostenibilità.