Coronavirus e ristorazione, sentiment di professionisti e consumatori

ristorante-d7290aa8

È ancora presto per capire quanto sia costata all'industria della ristorazione la crisi causata dal coronavirus. Certo è che nessuno può spiegarne meglio gli effetti come coloro che l'hanno vissuta in prima linea. Lo rivela l'inchiesta a cura di **Fine Dining Lovers**, magazine online e piattaforma gastronomica promossa da **S.Pellegrino e Acqua Panna**, condotta su un campione di oltre 10.500 soggetti intervistati in tutto il mondo per capire come sono cambiati i comportamenti relativi al cibo e al piacere di frequentare i ristoranti.

CHI HA RISPOSTO

Al sondaggio, anonimo, hanno risposto 7.917 persone da tutto il mondo, soprattutto donne (73%) con una percentuale del 38% di abitanti in grandi città. Gli italiani che hanno partecipato al sondaggio sono stati 1.535 e hanno raccontato, rispondendo al questionario, come hanno vissuto il lockdown tra le limitazioni degli spostamenti personali e la chiusura dei ristoranti al pubblico.

Dei 2.708 professionisti che hanno partecipato al sondaggio, l'88% lavora in ristoranti o hotel e l'80% ha un'esperienza nel settore di oltre 6 anni. La percentuale italiana è pari all'11% ovvero a 304 professionisti, di cui il 67% con il ruolo di Executive o Capo Chef.

HIGHLIGHTS

La difficoltà e le preoccupazioni relative al futuro dell'industria della ristorazione coinvolgono **il 51% (66% in Italia) dei professionisti convinti che la situazione economica negativa potrebbe inasprirsi nel giro del prossimo semestre**.

Solo il 27% degli intervistati ritiene che siano stati adottati provvedimenti adeguati a supporto della ristorazione da parte dei rispettivi governi.

Fra coloro che non vantavano rapporti di lavoro continuativi pre-crisi, il 65% (56% in Italia) ha perso la propria occupazione. Il 72% di coloro che sono regolarmente impiegati temono di perdere il proprio lavoro (la percentuale sale all'80% in Italia)) a causa di una crisi che potrebbe acuirsi nei prossimi mesi.

Un quarto dei consumatori coinvolti nel sondaggio dichiara di avere utilizzato servizi di delivery durante il lockdown. Il 33% in Italia (stessa percentuale Usa) dichiara di avere utilizzato il servizio delivery più spesso che in precedenza. I più refrattari al delivery, ma anche al take away, sono i francesi.

Il 60% del pubblico intervistato afferma di avere migliorato la propria abilità in cucina: in particolare il 40% sostiene di aver imparato o migliorato tecniche legate alla panificazione e al mondo dei lievitati, il 39% ha imparato nuove tecniche seguendo i consigli dei grandi chef mentre il 33% degli intervistati dimostra maggiore consapevolezza rispetto allo spreco alimentare.

Ricostruire e riprogettare sono elementi prioritari per risollevare l'industria della ristorazione tanto che il 65% (59% in Italia) degli intervistati ritiene che i professionisti avranno un ruolo essenziale nella ripresa del settore e che la loro esperienza e professionalità saranno fondamentali nelle prime fasi di costruzione di un nuovo panorama gastronomico.

Il 69% crede nell'importanza dell'introduzione di **nuovi modelli di business**, il 48% auspica l'attivazione di aiuti economici per coloro a cui non è stato riconfermato un impiego, il 42% reclama interventi governativi a supporto del sistema, mentre il 23% si augura una radicale evoluzione dell'intero comparto. In Italia, più che negli altri paesi, si chiedono interventi governativi su più aspetti del business.

Il tema della sicurezza è cruciale per favorire il ritorno del pubblico al ristorante. Il 69% dei consumatori esprime maggiore fiducia nelle misure precauzionali messe in atto dai ristoratori anziché nei protocolli definiti dalle istituzioni. Solo il 10% dichiara, in questa fase, di avere fiducia nei media in tema di ritrovata normalità e ritorno alle consuetudini fra cui tornare a frequentare i ristoranti; il 20% degli intervistati concorda sul fatto che forme di incentivo, tra cui i voucher, possano essere elementi che incoraggiano il pubblico a tornare al ristorante.

Ai consumatori manca decisamente l'esperienza di un pasto fuoricasa: il 40% in particolare ha nostalgia delle implicazioni sociali che un pranzo o una cena al ristorante comportano, molto più che del puro piacere della novità o della scoperta legata all'esperienza del cibo.

È evidente che, quando si parla di fine dining, la capacità di saper ricreare un’esperienza che non possa essere in alcun modo vissuta a casa, unica grazie al perfetto equilibrio fra atmosfera e condivisione, all’interno di un ambiente sicuro, è oggi più che mai il mix ideale intorno al quale lavorare per favorire la ripresa del settore e riconquistare la fiducia del pubblico.