Ristorazione, i trend 2021 secondo TheFork

thefork-ristorante-vacanze-8d87ae0d

Dopo un 2020 complesso per il settore della ristorazione, **TheFork** ha cercato di capire con il supporto della sua community di utenti e ristoranti **come siano cambiati i consumi fuori casa e quali siano le tendenze della ristorazione del 2021**.

L’eredità del 2020

La crisi sanitaria ha fatto sì che molti clienti preferissero gli **spazi all’aperto** e ben l’88,6% dei rispondenti conta di optare ancora per questa possibilità anche il prossimo anno. Un’abitudine che invece tornerà alla “normalità” sarà quella legata alla **pausa pranzo**: se molti durante un 2020 di smart working hanno mangiato a casa, ma non appena sarà possibile tornare in ufficio con regolarità il 36% degli intervistati riprenderà a mangiare fuori in pausa pranzo. Stesso ragionamento vale per il **tempo dedicato a cucinare**. In questi mesi tanti si sono dilettati nella preparazione di ricette a casa ma nel 2021 il 51% conta di abbandonare questa abitudine. Resterà - invece - **l’attenzione per l’economia locale**. Le restrizioni anti-virus hanno infatti limitato gli spostamenti e favorito gli acquisti “sotto casa”. Ben il 61% continuerà a prediligere i produttori locali rispetto alla grande distribuzione e alle catene.

Dell’esperienza gastronomica fuori casa **nel 2020 sono mancati soprattutto la cucina, ovvero provare ricette particolari, la socialità e il servizio a tavola**. Inoltre il 70% dei rispondenti sostiene che **il delivery e l’asporto torneranno al loro consumo pre-lockdown appena i ristoranti riprenderanno a ritmo regolare**. Le attività di ristorazione si sono in ogni caso **attrezzate sempre più su questo fronte**. Il 60% ha fornito nel 2020 servizi di asporto, il 48% consegna a domicilio e il 23% ha venduto i propri prodotti. Per quasi il 60% dei business - però - si è trattato di **soluzioni con ridotti effetti economici**, utili soprattutto a restare in contatto con i clienti. Il **legame con la clientela** è stato infatti un altro pilastro della ristorazione nel 2020: più dell’80% dei ristoratori ha usato social media, mail e internet in generale per dialogare con la propria community.

I trend della ristorazione nel 2021

TheFork ha indagato tra le preferenze dei suoi utenti e dei ristoratori anche per capire quali siano le **tendenze del 2021**. Secondo gli utenti due trend emergono su tutti. In primis, ci si aspetta che **sempre più ristoranti vendano anche la propria produzione attraverso botteghe fisiche e/o ecommerce**. In secondo luogo, potrebbe prendere piede l'**offerta di pasti all-day-long**, quindi non solo i "classici" pranzo e cena.

Si impongono sempre più anche le **soluzioni tecnologiche**. Il 72% dei rispondenti ha dichiarato che nel 2020 ha utilizzato servizi digitali per la prima volta, segno evidente della digitalizzazione delle nostre abitudini. Protagonisti del prossimo anno saranno dunque i **metodi di pagamento contactless** , le **prenotazioni online**, le **soluzioni per delivery e asporto**, i **menù digitali** e le **gift card**. Unanime il parere anche per i ristoratori che nel 2020 hanno adottato soprattutto le prenotazioni online, i pagamenti e i menù digitali e il registro elettronico per il tracciamento dei contatti. L'80% degli esercizi interpellati da TheFork conta di **continuare a usarli anche nel 2021**.

Per quanto riguarda le **abitudini alimentari**, tra i trend del 2021 troviamo le **ricette anti-spreco**, i **prodotti a basso impatto ambientale** o ancora la **dieta climatariana**, complice la sempre maggiore sensibilità del pubblico nei confronti dei temi legati alla sostenibilità. Meno quotate tra le novità, quelle emerse da varie ricerche statunitensi quali l'ascesa dei ceci, le alternative ai carboidrati, il chili, la carne e il pesce "finti" e il vino in box e lattina.

Infine, TheFork ha chiesto alla sua community quali accortezze avranno nel 2021 nella scelta del ristorante: per il 65% **sarà più importante che in passato scegliere un ristorante in base al prezzo medio** e l'80% presterà più attenzione a ristoranti che propongono **sconti o promozioni**. D'altra parta evolve anche l'offerta in sala: poco più del 40% dei ristoratori ha ridotto il menù nel 2020, mentre il 10% ha già pensato a una carta adatta a qualsiasi ora del giorno e della sera.