

# L'evoluzione della ristorazione e il food delivery



In Italia il settore dei consumi alimentari fuori casa ha continuato a crescere e oggi, secondo Fipe, rappresenta il 36% della spesa alimentare totale con un valore aggiunto di 43,2 miliardi di euro, mentre i consumi alimentari in casa presentano, da diversi anni, un costante trend negativo. Il mercato della ristorazione italiana è il secondo più grande in Europa (dopo quello spagnolo) e nell'ambito dei consumi domestici di cibi e bevande cresce il food delivery: nell'ultimo anno il 30,2% degli italiani ha ordinato almeno una volta online un pranzo o una cena, ricevendoli direttamente a casa. Il comparto è ancora agli inizi in Italia (genera al momento un fatturato di

circa 1 miliardo di euro) ma è in continua crescita.

Secondo i dati pubblicati dalla Fipe a gennaio 2020, oggi in Italia ci sono in totale 333.640 ristoranti in attività. La ristorazione impiega 1,25 milioni lavoratori, di cui 864mila lavoratori dipendenti e 388 mila lavoratori autonomi. Il comparto della ristorazione traina la filiera agroalimentare ed è parte integrante della filiera turistico-alberghiera. Pertanto quello della ristorazione è un settore cruciale dell'economia italiana, con un fatturato annuo (dato Fipe relativo all'anno 2018) di 85,3 miliardi di euro. Tuttavia, il tasso di mortalità imprenditoriale nel mercato della ristorazione è molto alto: dopo un anno di attività chiude il 25% dei ristoranti; dopo 3 anni quasi un locale su due, mentre dopo 5 anni le chiusure interessano il 57% di bar e ristoranti.

I comportamenti di consumo nel mercato della ristorazione sono fortemente influenzati dalla trasformazione digitale. In base a una ricerca FIPE emerge che per scegliere un ristorante il 65,5% dei consumatori ha dichiarato di leggere le recensioni online. Tra coloro che leggono le recensioni online il 66,6% le ritiene «molto o abbastanza importanti». La ricerca si è concentrata anche sugli elementi più apprezzati dai consumatori quando scelgono il ristorante che sono innanzitutto la qualità dei piatti, i prezzi e il menù. L'atmosfera del locale e il servizio, invece, per il consumatore risultano

avere minor  
importanza.

Seguendo le preferenze del consumatore, è facile comprendere come mai il food delivery stia aggredendo quote di mercato dei ristoranti tradizionali (soprattutto di fascia medio-bassa). Ordinare a casa il cibo infatti ha bassi costi di consegna, comporta un importante risparmio in termini di tempo e, poiché i consumatori sono più attenti alla qualità e al prezzo che al servizio, questo nuovo modello di business si adatta perfettamente ai loro bisogni. Se da una parte sono gli stessi ristoratori che si affidano a piattaforme esterne per la logistica delle consegne stanno prendendo sempre più piede i modelli di delivery nella forma full-integrated. Il full-integrated è un modello adottato da imprese che associano la capacità di preparare i piatti e di consegnarli a domicilio. Si tratta di ristoranti online che puntano a contendersi un numero di coperti potenziali non più limitato dallo spazio fisico del ristorante tradizionale. Gestendo una porzione molto ampia del sistema del valore, controllando tutte le fasi della meal experience, le imprese che hanno optato per questo modello di delivery possono conseguire margini superiori sia ai ristoratori tradizionali che alle piattaforme di sola logistica e offrire prodotti di alta qualità a prezzi ragionevoli, rendendo il business della ristorazione tradizionale meno competitivo sul

mercato.