

DELOITTE: NEL 2023 IL SETTORE DELLA RISTORAZIONE TORNERA' AI LIVELLI PRE COVID

- Dopo il calo dovuto all'emergenza sanitaria, il settore della ristorazione in Europa torna a crescere con un ritmo del +6,8%, nel 2023 raggiungerà il livello pre-pandemia.
- Il rimbalzo del settore sarà guidato da format più agili, Café e Bar +8,1% e Street Food +5,6%.
- Anche il valore di mercato della cucina italiana nel mondo si sta progressivamente avvicinando ai livelli pre covid, raggiungendo quota 205 miliardi di € (+25% nel 2021)

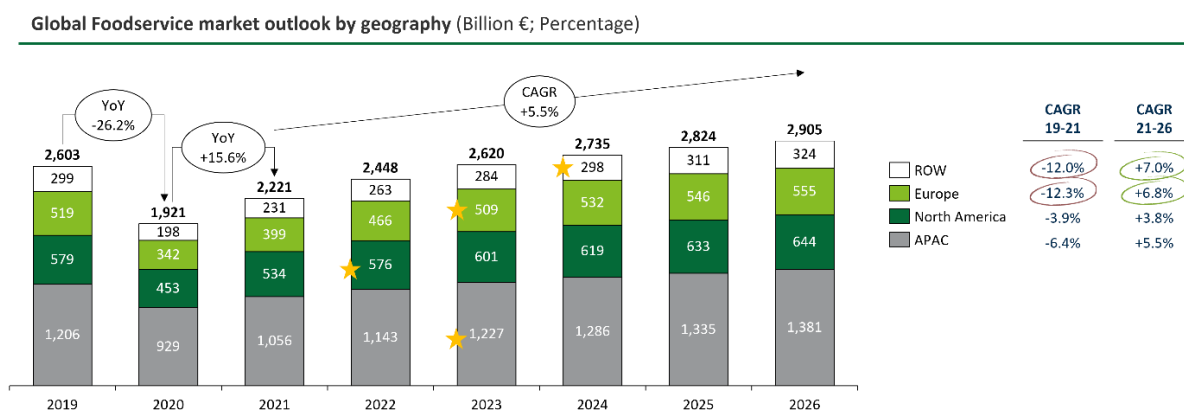
Milano, 14 luglio 2022 – La flessione indotta dalla pandemia di Covid-19 negli ultimi due anni ha portato il **mercato della ristorazione in Europa** a contrarsi del – 12,3% (CAGR 19-21), un impatto più sensibile se confrontato all'esperienza dell'area APAC e del Nord America (rispettivamente –6,4% e –3,9% CAGR 19-21).

Tuttavia, ci si attende che la ripresa europea sarà **tra le più dinamiche**: con un ritmo di crescita pari al **+6,8% CAGR 21-26**, si prevede infatti che l'area Europa tornerà ai **livelli pre-pandemia** già nel **2023**, insieme all'area APAC. Con un calo più contenuto da colmare, invece, l'avvicinamento del Nord America ai livelli del 2019 potrebbe realizzarsi già entro l'anno in corso.

È questo il quadro che emerge dal nuovo studio del **Foodservice Market Monitor**, dove Deloitte analizza il settore della ristorazione a livello globale, offrendo una panoramica sul dimensionamento, il livello di market share e posizionamento del mercato, con focus sulle prospettive di crescita.

Il rimbalzo del settore sarà **sospinto da formati più agili** di servizi come testimoniano le percentuali di Café e Bar +8,1% e dello Street Food +5,6%, **unitamente a formati consolidati** come il Full Service Restaurant (ristorante con servizio al tavolo, di qualità) che cresce del 5,7%.

Considerando le prospettive di ripresa per singolo settore, il ritorno ai livelli pre-pandemia per il Quick Service Restaurant (Fast food, Delivery) potrebbe avvenire già nel 2022, mentre bisognerà andare al prossimo anno per i Full Service Restaurant e Street Food, e al 2024 per la tipologia di Café e Bar.



Dati: Foodservice Market Monitor 2022

“La pandemia prima e il conflitto dopo hanno modificato profondamente alcune dinamiche nel settore Foodservice. Oltre a considerare le urgenze dettate dalla situazione contingente, le realtà della ristorazione non possono però dimenticarsi delle **grandi trasformazioni in atto**, come quella tecnologica”, spiega **Tommaso Nastasi**, Value Creation Services Leader di Deloitte. **“Per salvaguardare la sostenibilità del business nel lungo periodo, le aziende del settore devono considerare tre imperativi: investire sulle competenze e l’integrazione di front e back end, potenziare l’engagement sia verso i clienti sia verso il proprio personale, e innovare l’esperienza per il cliente, facendo leva su soluzioni digitali di prossima generazione.”**

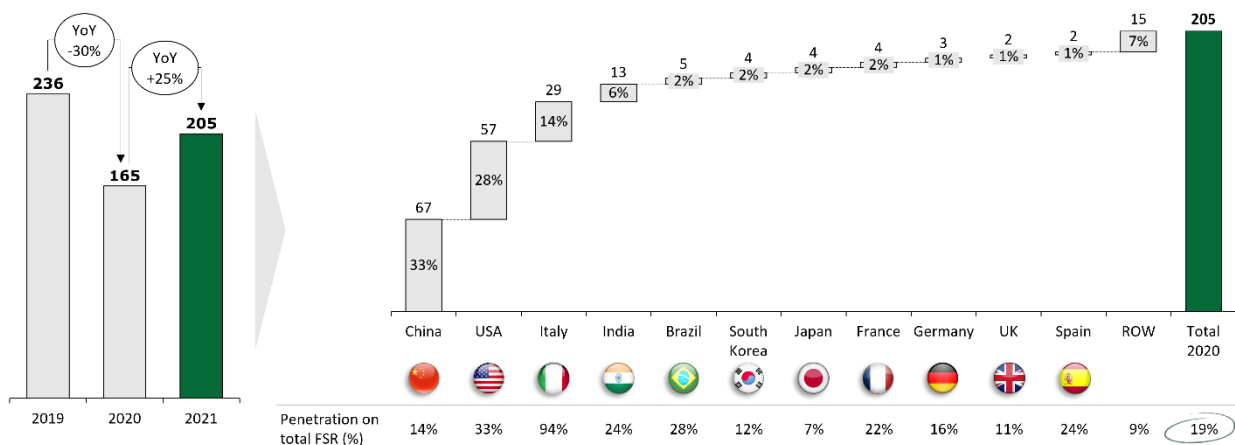
Nel generale **clima di ripresa** si evidenzia anche la performance della **cucina italiana nel mondo**.

Nel 2021 ha sostenuto infatti una **crescita a doppia cifra**, pari al **+25%** rispetto all’anno precedente, che ha risollevato il valore fino a raggiungere i **€205 miliardi**. Dopo una contrazione del -30% registrata nel primo anno di pandemia, lo slancio positivo dello scorso anno ha riavvicinato – seppure non ancora completamente colmato – il valore della cucina italiana nel mondo alle performance pre-Covid, quando si attestava a €236 miliardi. Le aree di maggiore penetrazione si confermano **USA e Brasile** con un’incidenza rispettivamente del 33% e del 28% (dopo il mercato italiano, 94% della penetrazione).

Cina e USA continuano a guidare per valore il mercato, pesando congiuntamente per il **60%**.

“Tra i ristoranti con servizio di qualità a livello internazionale la penetrazione della cucina italiana sfiora il 20%”, commenta **Tommaso Nastasi**. **“Il posizionamento della ristorazione italiana nel mondo, tuttavia, è in prevalenza di “value for money”, con una maggiore concentrazione di ristorazione “premium price” nei Paesi dell’Asia. In Italia, invece, un terzo del mercato si posiziona nel segmento “low cost”. Ciò può essere in parte spiegato dalla facilità di approvvigionamento di materie prime, oltre alla ampia presenza di format quali trattorie e osterie..”**

Italian cuisine market value 2019-21 (Billion €; Percentage)



Dati: Foodservice Market Monitor 2022