

# CIBO E RISTORAZIONE, COSÌ LA PANDEMIA HA CAMBIATO LE ABITUDINI DEI CONSUMATORI

*Secondo una ricerca di Deloitte il Covid-19 ha spinto la crescita di fast food e delivery, mentre il ritorno al ristorante sarà più lento del previsto. Nastasi (Deloitte): «La pandemia ha cambiato le abitudini dei consumatori e per questo gli operatori della ristorazione dovranno continuare a innovare sia in termini di offerta che di modello di business, puntando su digitalizzazione e personalizzazione di servizi e prodotti».*

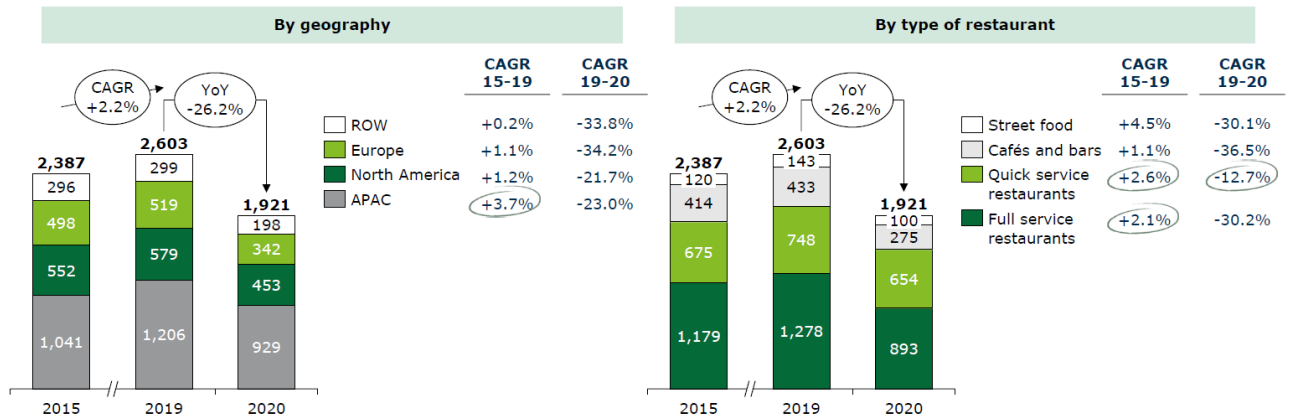
## LA RISTORAZIONE NEL MONDO: IL BILANCIO 2020

Secondo lo studio di Deloitte Foodservice Market Monitor nel 2020 il settore della ristorazione nel mondo ha raggiunto complessivamente i **€1.921 miliardi** di euro, sospinto dall'**espansione dall'area APAC (Paesi dell'Asia Pacifica)**, che da sola rappresenta il 48% del totale, aumentando la propria quota di tre punti percentuali rispetto al 2019. A una crescita del peso del Nord America (24% 2020 vs. 22% 2019) corrisponde una **leggera contrazione dell'Europa**, che passa dal detenere il 20% del mercato nel 2019 al 18% registrato nel 2020.

Il **Full Service Restaurant** (FSR - ristorante con servizio al tavolo, di qualità) si **conferma il formato più diffuso** a livello internazionale (46%), con un vantaggio importante sugli altri formati nell'APAC (59%). Per questo formato è positivo il contributo alla crescita del settore, che si attesta a +2.1% pur soffrendo maggiormente l'impatto Covid-19. È il **Quick Service Restaurant** (QSR - fast food, delivery) a guidare la crescita del comparto, segnando un +2.6% a fronte delle perdite più contenute a causa dell'emergenza sanitaria, dimostrandosi quindi **il formato di ristorazione più resiliente** (Figura 1).

*«Sebbene il predominio del Full Service Restaurant trovi riscontro anche in Europa, dove rappresenta il 39% delle attività della ristorazione, rispetto al periodo pre-Covid è aumentata sensibilmente la diffusione dei Quick Service Restaurant – ovvero fast food e delivery – che dallo scoppio della crisi sanitaria sono saliti dal 25% al 30%», commenta Tommaso Nastasi, Value Creation Services Leader di Deloitte. «L'esplosione di questo formato è ancora più marcata in Nord America, dove ha raggiunto il 58% delle quote di mercato, guadagnando quasi dieci punti percentuali rispetto al 2019 ed erodendo margini alla ristorazione più tradizionale e di qualità, ridotta a un esercizio commerciale su tre (30% 2020 vs 38% 2019)».*

Figura 1: Performance storica globale del Foodservice 2015-19-20 (miliardi €; percentuale)



Fonte: elaborazione su dati secondari (Euromonitor, Allied Market Research e Statista)

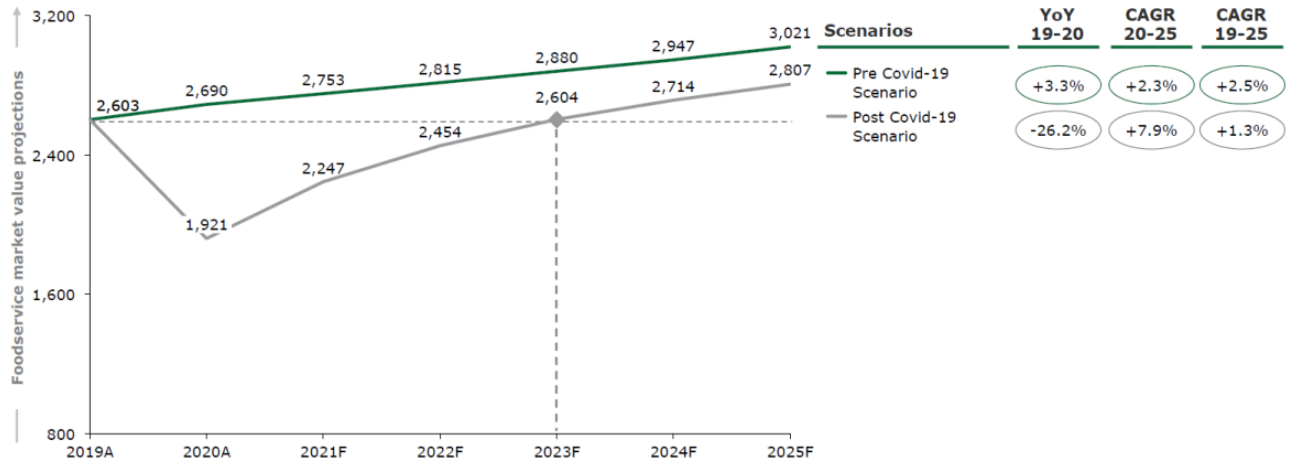
## ORIZZONTI DI RIPRESA PER IL FOODSERVICE

Alla base della contrazione riportata dal settore si collocano le diverse abitudini di consumo, alcune delle quali si prevede persisteranno anche dopo la fine della pandemia. **Cucinare a casa**, infatti, è un'attività che un consumatore su due si attende di svolgere in maggiore misura rispetto al periodo pre-Covid anche dopo la crisi, in Italia come all'estero. Parallelamente, il **ritorno al ristorante** si prevede avverrà a un ritmo più lento del 2019, influenzando sulle prospettive per il settore.

Guardando al fuori casa, infatti, per i prossimi anni ci si attende un rimbalzo del **7,9%**. Considerando quindi il calo a doppia cifra registrato lo scorso anno (-26,2%), il tasso annuo di crescita composto del periodo 2019-2025 potrebbe assestarsi all'1,3%.

«Dopo un 2020 caratterizzato dalla prudenza verso l'out-of-home, il sentiment dei consumatori è gradualmente migliorato portando con sé una maggiore predisposizione alla spesa in ristoranti e take out. La ripresa della domanda sosterrà il settore nel ritorno ai livelli pre-crisi, che potrebbe avvenire nel 2023», spiega **Tommaso Nastasi**. «Per realizzare tale crescita, gli operatori della ristorazione dovranno continuare a innovare sia in termini di offerta, per cui diventa sempre più importante considerare gli aspetti di sostenibilità e personalizzazione, sia di modello di business, per cui assume rilevanza rapporto diretto con i consumatori e nuove partnership lungo la filiera abilitate anche dal digitale».

Figura 1: Market Outlook della ristorazione globale 2019-25: pre-Covid-19 vs. post-Covid-19 (miliardi €)



Fonte: elaborazione su dati secondary (Eu)