Calugi (Fipe): «Food delivery, servono regole uguali per tutti»

img862-32c895b4

Nell’antica Roma, Seneca diceva che il vento non si ferma con le mani. Da allora sono trascorsi oltre 2000 anni, ma la massima pare ancora attualissima, soprattutto quando ci si deve confrontare con l’avvento di fenomeni nuovi, capaci di modificare le regole del gioco. E quindi non di rado destinati a risultare mal visti da chi incarna lo *status quo ante*. È questo il caso dei “ristoranti fantasma”, locali privi di sala che si occupano esclusivamente della consegna dei pasti a domicilio ordinati online (vedi servizio sul numero di Mixer di ottobre 2017). La formula, che prende le mosse dal successo del food delivery di cui costituisce un’ideale evoluzione, promette di introdurre un inedito business model. E chi l’adotta può pertanto apparire agli occhi degli operatori più tradizionali come uno scomodo e inopportuno concorrente. “Così non è – afferma con decisione il direttore generale di Fipe Roberto



Calugi –. Siamo ben consapevoli che opporsi a un cambiamento

richiesto dal mercato, quale che sia, non rappresenta soltanto un errore tattico, ma denota anche un’incapacità di dare una lettura strategica della direzione intrapresa da mercato che vede sempre più persone ordinare cibo cucinato fuori casa. E questo naturalmente vale anche nel caso del food delivery e delle sue nuove declinazioni, rispetto alle quali non abbiamo una posizione negativa a priori;

anzi, pensiamo che, se ben interpretato, questo fenomeno possa creare nuove aree di sviluppo, anche per la ristorazione più tradizionale. Di fatto, quelli che chiamate *ristoranti fantasma* ci appaiono come un'evoluzione delle tradizionali attività di catering. Quello che invece teniamo a sottolineare è l'urgente necessità di agire in un "fair playground", in un agone competitivo in cui le regole valgano per tutti i concorrenti. In altre parole, l'utilizzo di Internet non deve rappresentare una scappatoia per eludere le norme che il resto dei gestori è tenuto a rispettare. In questo caso, si determinerebbe infatti una posizione di privilegio illegittimo per chi opera via web". La valutazione della Federazione dei pubblici esercizi è dunque molto chiara: "Guardiamo al fenomeno con l'interesse e l'attenzione che merita, ma senza allarmismi ingiustificati – chiarisce Calugi –. La preoccupazione semmai resta forte per temi come l'abusivismo o l'assimilazione indebita di attività commerciali a iniziative no profit". E anche qui si torna al punto focale: il rispetto delle regole.

PUNTI CRITICI DA VERIFICARE

L'ampliamento della concorrenza indotto dalle formule emergenti nell'ooh rappresenta senz'altro un dato positivo. Ne è convinto Fabio Spada che, nel doppio ruolo di presidente di Fipe Roma e ristoratore (è titolare di tre locali capitolini: Glass *Hosteria, Romeo, Giulietta, ndr*), restituisce una concreta fotografia della valutazione attribuita dai gestori a fenomeni come quello dei "ristoranti fantasma". "Potersi confrontare con nuove alternative – afferma Spada – costituisce uno stimolo anche per i locali tradizionali, che vengono così incoraggiati a migliorare la propria offerta. Va detto però che di fronte a queste novità occorre cautela. È infatti necessario analizzare la sostenibilità economica di questi progetti, verificando la possibilità di ottenere marginalità sufficienti. Inoltre, si deve considerare il livello di soddisfazione del cliente. Mi spiego meglio: mangiare davanti a una scrivania o nel tinello di casa non può essere paragonato all'esperienza che si vive in un ristorante. Credo quindi che sarà la prova del tempo a chiarire se sperimentazioni come quelle dei ristoranti fantasma si riveleranno meteore determinate dalla moda del momento o rappresenteranno realtà destinate a una più lunga vita imprenditoriale".

NASCE IL "TAGLIANDO DIGITALE"

Nella logica del presidio dei canali attraverso cui si gioca oggi la competizione nella ristorazione, Fipe ha siglato un accordo con Axélero, premier partner Google per sostenere la digitalizzazione del settore. "L'intesa – precisa Calugi – metterà a disposizione di tutte le Fipe del territorio un "Tagliando digitale" che scatterà la fotografia del posizionamento online dei locali esaminati". L'iniziativa sarà al centro di un road show di presentazione congiunta tra Fipe, Google e Axélero agli associati che da settembre a dicembre toccherà una decina di città, tra cui fra le prime saranno Ferrara, Pistoia e

Milano.

FOOD DELIVERY LE COMPAGNIE “TRADIZIONALI” QUANTO VALGONO E COME FUNZIONANO

I ristoranti “fantasma” rappresentano l’evoluzione della tradizionale formula di food delivery, sul quale hanno costruito il proprio core business compagnie diventate nel corso di pochi anni veri e propri colossi. Giganti che hanno imparato a muoversi con dimestichezza tra acquisizioni, partnership, cooperazioni e, di recente, anche l’approdo in Borsa. Stando a quanto riportato da La Repubblica, a guidare questo mercato è l’inglese Just Eat, valutata 5,1 miliardi di euro; a seguire la tedesca Delivery Hero, titolare di marchi come Foodora e Hungryhouse, quotata 4,4 miliardi; alle loro spalle, l’americana GrubHub (3,3 miliardi) e l’inglese Deliveroo (900 mila euro). Alla base della fortuna di queste company, due diversi modelli: i marketplace (come Just Eat), cioè piattaforme che permettono di ordinare cibo da vari ristoranti, e le realtà trasversali che si occupano anche di delivery con la propria flotta di rider (come Deliveroo).