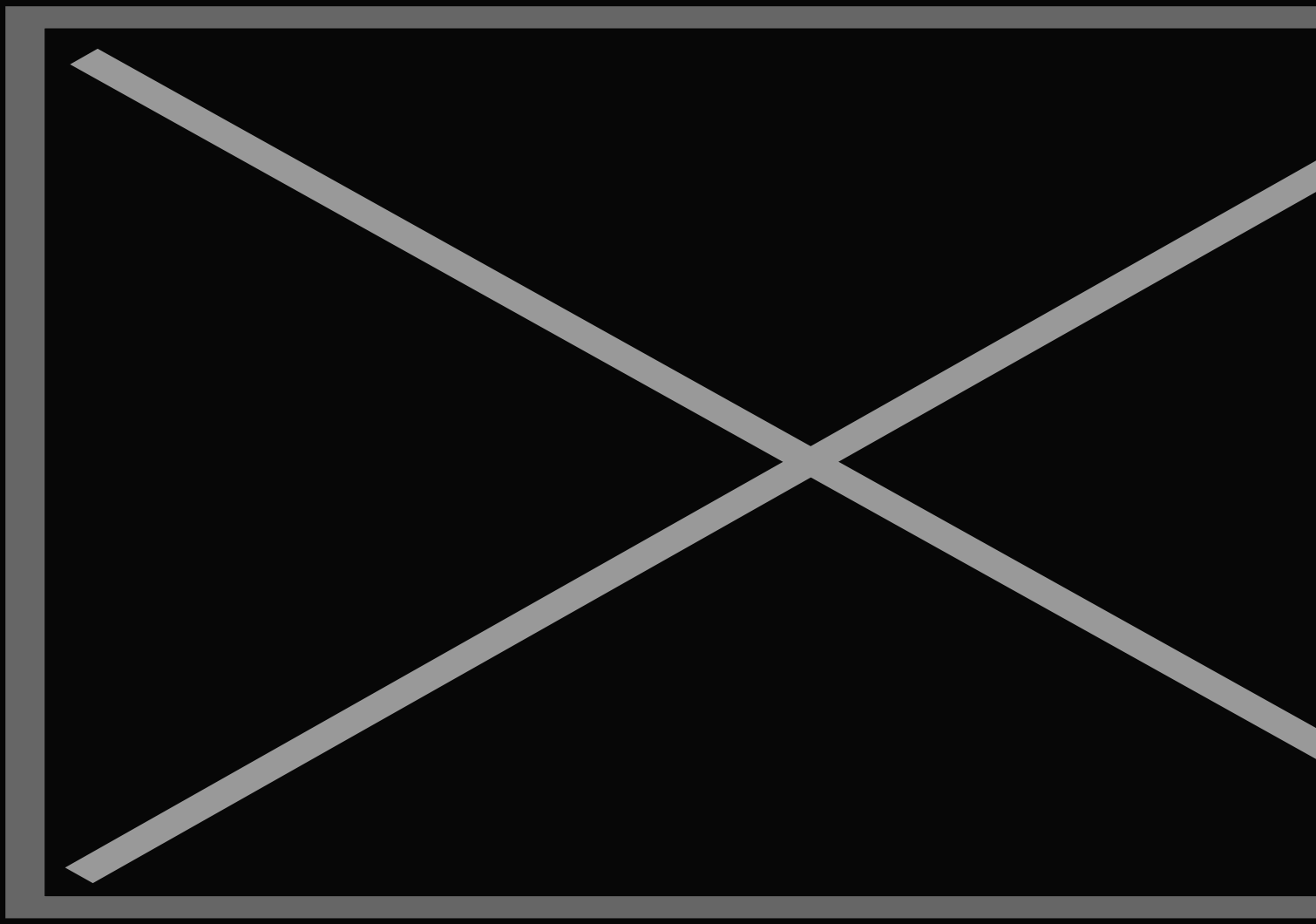
Gli italiani resistono ma soffrono per i ristoranti chiusi

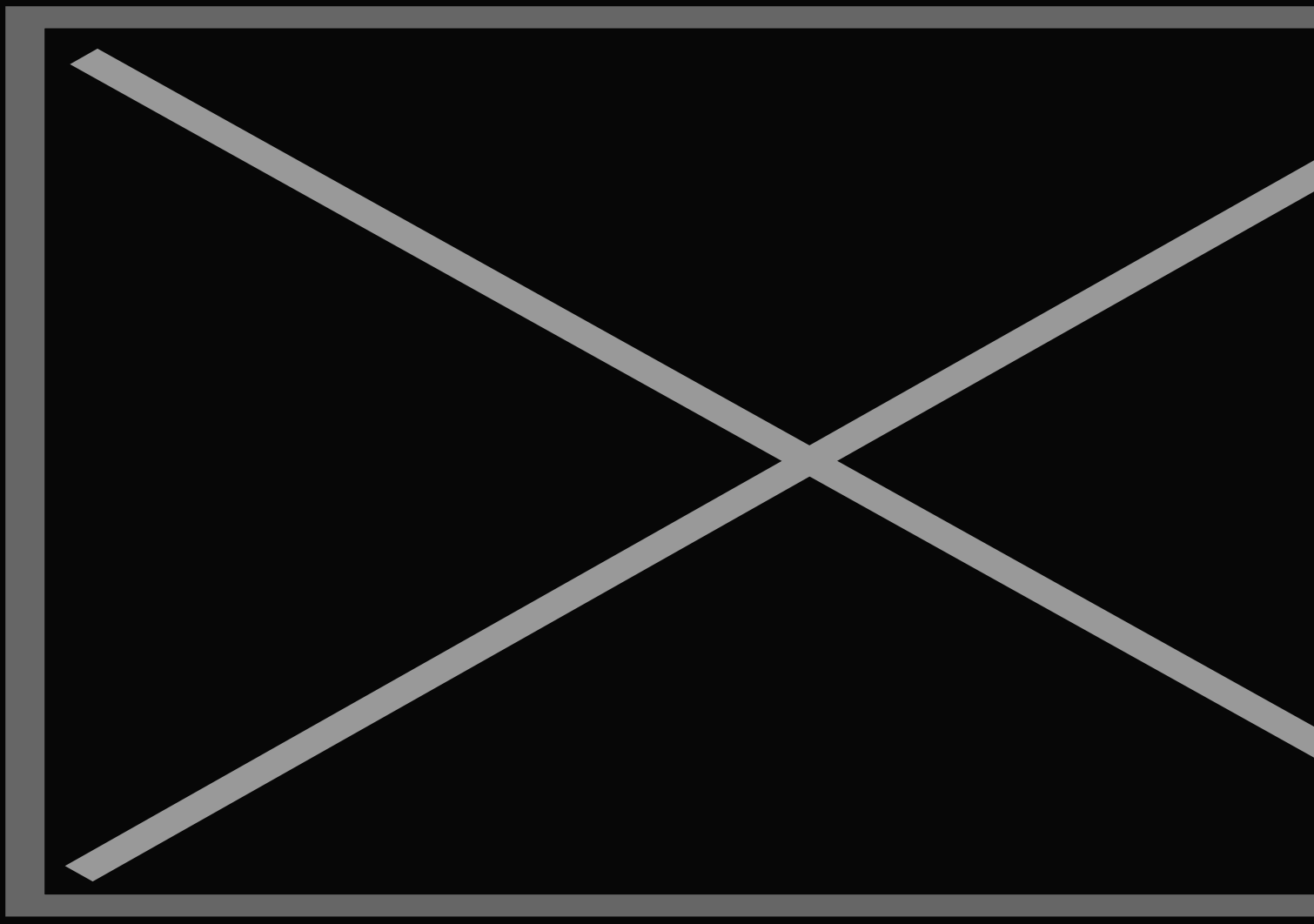
ristorantechiuso-589431ea

La maggioranza dei consumatori in Italia si dichiara a favore del totale fermo della ristorazione e accetta le misure restrittive che sono state intraprese, consapevoli che rimanere in casa è la cosa giusta da fare. Lo rivela l'indagine **Consumer Sentiment Study** sulla ristorazione di **The NPD Group** condotta in Italia e in 5 principali paesi in Europa.

L'obbligo di rimanere in casa, anche se ben accetto, sta cambiando i comportamenti di consumo e il rapporto degli italiani con il cibo. Secondo NPD l'82% degli intervistati è completamente d'accordo con la chiusura di bar e ristoranti e per il 77% la riapertura dei ristoranti non è la priorità in questo momento. Tuttavia **gli italiani soffrono la distanza sociale e di conseguenza sentono la mancanza dei luoghi di incontro e di socializzazione**. La ristorazione è il luogo in cui si socializza e incontrarsi per mangiare fuori casa con amici e familiari sono i due aspetti che a agli italiani mancano di più quando pensano alla ristorazione.



Dovendo stare a casa le abitudini sono certamente cambiate. **Crescono in generale gli acquisti on line e anche nella ristorazione si fa ricorso alle consegne a domicilio**. Li dove disponibile gli italiani ricorrono al delivery. Il 50% degli intervistati dichiara di far ricorso al delivery e la percentuale sale al 63% tra coloro i quali consumano fuori casa molto spesso. **Matteo Figura**, Direttore Foodservice Italia spiega che il delivery era un fenomeno in crescita già da prima e che alla ripartenza continuerà a crescere.“La crescita del delivery “ – continua Figura – “sarà data dall’attitudine a voler mantenere la distanza sociale ma anche la generale crescita degli acquisti e delle spese on line che per la ristorazione si traducono in delivery”.



Lo studio di NPD rileva che i cambiamenti che siamo stati chiamati a fare sono più radicati e non riguardano solo i canali di acquisto ma riguardano le scelte dei consumatori. I consumatori italiani mostrano un atteggiamento cauto quando pensano ai consumi fuori casa, **il 78% dichiara di voler mantenere le distanza di sicurezza anche dopo la riapertura e il 59% afferma di essere disposto ad aspettare prima di fuori casa di nuovo**.

Su ciò che ci aspetta Figura sostiene che: “**È prevedibile una lunga coda di diffidenza e di mantenimento della distanza sociale**. Si farà attenzione alla qualità e alla sicurezza dell’offerta sia in termini di prodotto che di servizio. La sfida per chi opera un questo settore sarà quella di far propri questi driver della ripartenza in modo da cogliere le opportunità che comunque ci saranno quando i consumi ripartiranno".