Il futuro della ristorazione è verde

mixer-1-1-54a0b386

LEGGI MIXER SPECIALE EMERGENZA COVID

Si dice che da grandi crisi nascano grandi opportunità. La ristorazione sta vivendo un momento difficile a causa della chiusura forzata che, partita dalla Cina, ha poi coinvolto tutto il mondo, a partire proprio dall'Italia. **Dopo anni di grandi successi per il fuori casa lo stop è arrivato, con modalità e per motivi del tutto inaspettati**. Ma la strada dell'innovazione era già segnata e le aziende più accorte l'avevano imboccata, come si è visto all'ultima edizione di **HostMilano** lo scorso ottobre. Questa strada passa per la **sostenibilità**. Termine ampio che forse varrà la pena spiegare meglio.

Sostenibilità, ambientale e sociale, oggi significa per l'azienda uso efficiente delle risorse, economia circolare, tutela della biodiversità, riduzione dell'inquinamento. Con le imprese impegnate su tre fronti: **investimenti in tecnologie rispettose dell'ambiente, introduzione di sistemi di produzione più puliti e meno energivori e comportamenti "etici"**. E qui entra in campo la **Corporate Social Responsability**. Le aziende che, specie durante l'emergenza, hanno saputo muoversi sia con donazioni sia riconvertendo la produzione o impegnandosi a favore della comunità – e sono tante – saranno ricordate e gratificate, guadagnando in visibilità e reputazione nei confronti dei consumatori.

APPROCCIO GREEN

"Gli anni 2010 sono stati solo un'anteprima di quello che verrà": ne era convinta già agli inizi della crisi la Presidente e Chief Executive Officer di Restaurants Canada, **Shanna Munro**. Che aveva sottolineato non solo l'importanza di un approccio green, ma anche della capacità di reagire a eventi e cambiamenti che – anche se non della portata attuale – facevano già parte dello scenario del settore. "La ristorazione sta cambiando velocemente perché velocemente cambia il cliente. Stiamo costruendo aziende in grado di sostenere gli alti e bassi di un'industria guidata dai consumatori, dove le problematiche ambientali sono elementi chiave nelle decisioni aziendali e nell'attrarre i dipendenti. Ad esempio, stiamo assistendo a una maggiore consapevolezza delle imprese nel ridurre gli articoli usa e getta e gli sprechi alimentari".

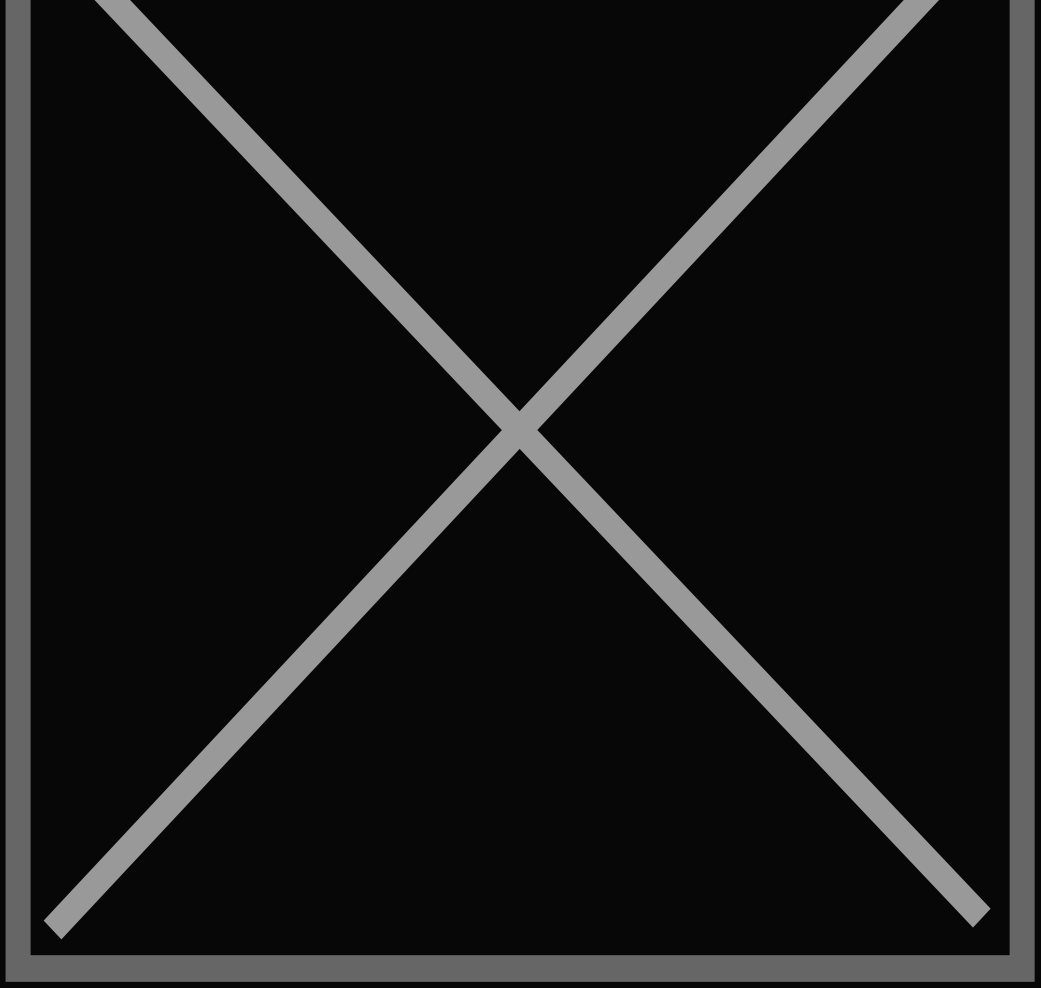
Da considerare anche il ruolo sempre più determinate della tecnologia “anche adottata per costruire attrezzature più rispettose dell’ambiente e attente al risparmio energetico. La nuova tecnologia nelle attrezzature riduce anche i tempi di cottura e i tempi di pulizia. Tutto ciò aiuta i ristoranti a ridurre i costi operativi, aumentare la produttività ed essere più rispettosi dell’ambiente”.

TIME FOR A CHANGE

Individua tra le principali tendenze della ristorazione la sostenibilità anche **Silvia Tonon**, Marketing Manager di Irinox Professional. “Questo termine è ora quasi abusato, ma con le attrezzature per cucina e laboratori professionali possiamo fare la differenza: prima di tutto nei consumi, in quanto le attrezzature possono e devono consumare sempre meno energia, e in secondo luogo per ridurre lo spreco alimentare”. Il futuro del settore? “È sicuramente connesso. Le attrezzature devono essere controllabili da remoto, smart, con processi automatizzati e connesse tra loro”.

La crisi è anche occasione per far fare un balzo avanti a tecnologie già presenti. Ne è convinta **Mathilde Perot Bell**, International Sales Director della francese Adventys. “Il futuro dell’industria delle attrezzature alimentari sta, come per l’industria automobilistica, nell’allontanamento da vecchie tecnologie (auto a benzina o attrezzature a gas) a favore di tecnologie più green (automobili e attrezzature elettriche)”. Tre sono le linee guida dell’evoluzione: “Automazione: fare più cose con meno impiegati; evoluzione delle energie, rimpiazzando il gas nelle cucine (i Paesi Bassi ad esempio hanno bandito il gas nelle cucine dal 2050 e fin d’ora nelle nuove costruzioni) e buffet in grado di gestire porzioni individuali anziché grandi portate, una possibilità che con le problematiche sorte con il Covid-19 è quanto mai attuale”.

“La sfida, a mio avviso è questa: realizzare grandi piatti, con ingredienti sani, con il minor consumo di energia possibile – conferma **Mario Moretti**, Ceo di Moretti Forni –. Consideriamo la sostenibilità ambientale importantissima. Fin dal 2011 facciamo ricerca in questo senso e oggi i nostri prodotti consumano dal 30 al 40% in meno rispetto ai competitor”.



DELIVERY E LOCALE

“La situazione drammatica che stiamo vivendo a causa del Coronavirus ha colpito le nostre certezze, stravolgendo le nostre vite e le nostre abitudini – dice **Enrico Ferri**, Amministratore Delegato di Rational Italia –. In questo momento non è certo facile immaginare dove ci porterà il futuro. Sappiamo che questa situazione ha portato a un’impennata del settore delivery, che probabilmente troverà spazio anche successivamente. Immaginiamo che quanto sta accadendo in qualche modo ci cambierà, portandoci alla riscoperta di valori più semplici, legati alla tradizione e alla semplicità. In questo senso è probabile che le preferenze di concentrino sulla territorialità e sullo street food”.

Difficile sottostimare l’importanza sempre maggiore assunta dal delivery anche secondo Tonon di Irinox: “Il trend del food delivery sta entrando sempre più nella vita quotidiana delle persone: i ristoranti vivranno una ridefinizione del loro concetto iniziale, non più strettamente legato a luogo di consumo

extra domestico. Le cucine pertanto dovranno rispondere a questa nuova esigenza, puntando sempre di più sul servizio che diventa completamento necessario dei prodotti già di qualità".

"Il futuro del Food & Beverage sarà l'accessibilità al prodotto on-demand. È un fenomeno che crescerà in volumi e in qualità, spingendo verso l'alto la fascia di prezzo – conferma **Filippo Fazio**, Area Manager di Moduline –. Assicurare il successo in questi nuovi tipi di ristorazione significa pianificare i processi per dare consistenza alla qualità servita, utilizzando apparecchiature che rispettino le caratteristiche organolettiche del cibo una volta che viene rigenerato. Le sfide però sono ancora molte".

LEGGI MIXER SPECIALE EMERGENZA COVID

CAMBIAMENTI IN TAVOLA

Anche la mise en place, che seguendo i mood della stagione muterà colori, forme e texture, manterrà la macrotendenza verso il green e la sostenibilità. "Le tendenze della ristorazione 2020, in continua evoluzione, si dirigono principalmente verso scelte colorate e casual, con una forte focalizzazione sullo stile naturale, veggie, bio organic e gluten free", spiega **Marco Marocchi**, Sales & Marketing Manager Professional Division di Tognana.

Anche nel tableware l'innovazione passerà sempre più dalla consapevolezza verso i grandi temi della sostenibilità: "Per questo motivo continuiamo a investire in processi produttivi in grado di riciclare fino al 98% degli scarti e nella creazione di prodotti sempre più resistenti, in grado di limitare le rotture, quindi i riassortimenti e i trasporti a mezzo gomma, rotaia o aereo. Limitando, anche in questo caso, la produzione di Co2", sottolinea **Stefano Alfonso**, Ceo di Steelite.

DALLA CINA UNO SGUARDO AL FUTURO

La ripresa arriverà in due fasi. Se sul medio e lungo periodo ci si aspetta che si affermeranno le tendenze già in atto verso un approccio sostenibile ed etico, aiutato dalla tecnologia, non sarà subito business as usal. Uno sguardo sul futuro prossimo ce lo dà un interessante articolo di *Eater* di fine marzo in cui il corrispondente da Pechino Aaron FoxLerner descrive un'industria che lentamente sta riaprendo al pubblico, ma con dei cambiamenti.

Dopo due mesi di quarantena le persone sono ancora caute nei comportamenti e alcuni regolamenti impongono di distanziare i tavoli e, in certi casi, di limitare le persone che si siedono a uno stesso tavolo. Le catene di take away per evitare code fuori dal locale stampano Qr code con l'orario di ritiro,

un po’ come avviene già in qualche supermercato o ufficio pubblico. La gente torna a mangiare fuori, il desiderio è vivo, ma c’è cautela, e fino al 70% delle vendite è online. Tanto che anche i ristoranti di alta gamma hanno approntato “seconde linee” più economiche er le consegne a casa.

In una prima fase dopo la riapertura sarà poi fondamentale riassicurare il consumatore anche sotto il profilo sanitario: si è arrivati a inserire nei pasti inviati liste con i nomi e le temperatura corporea dello staff che ha preparato il cibo o dettagli delle procedure di sanificazione delle cucine. Il **delivery** infine diventa – e l’abbiamo visto anche da noi – fondamentale anche per i piccoli esercizi.

Ma in generale bisognerà lavorare per riacquistare la fiducia e la tranquillità necessaria ai consumatori per tornare fuori casa, e spendere. Con l’economia in recessione, l’asticella si alza e la sfida è tutta da giocare.

CINQUE TREND DA TENERE D’OCCHIO

? Green green green: dalla riduzione dei consumi energetici e degli sprechi alla attenzione ai temi etici e ambientali all’uso di energie pulite, è sempre più chiaro come il futuro dipende dalla nostra capacità di preservare la salute nostra e del pianeta.
? Tecnologia facilitante: tramite automazione, IoT e IA, sarà la tecnologia ad abilitare il cambiamento.
? Delivery: pre, durante e post emergenza, dal canale online nessuno, nemmeno i piccoli, potrà più prescindere.
? Street food e prodotti locali: in un primo tempo i consumatori si rivolgeranno a street food (economico e take away) e prodotti locali (le frontiere resteranno chiuse e ci si rivolgerà a prodotti nazionali).
? Resilienza: sarà necessaria all’industria per adattarsi e ripartire.

LEGGI MIXER SPECIALE EMERGENZA COVID