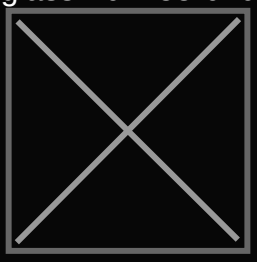
Dopo cena: regolamentazione e responsabilità

glass-264438-640-27b9d1b5



Inutile nasconderlo: il mondo che ruota intorno al leisure e all’intrattenimento è tra i più penalizzati dalle misure imposte dall’emergenza sanitaria. Chiusure e restrizioni hanno inciso qui più che altrove. Non stupisce quindi che i dati inanellino una lunga e poco confortante serie di segni meno: secondo NPD Group, tra luglio 2019 e giugno 2020 è andato perso ben un quarto delle visite e un quinto della spesa rispetto all’omologo periodo precedente. E così la categoria arretra anche in relazione all’incidenza sul totale mercato della ristorazione, passando dal 4,8% al 4,3% alla voce visite, e dal 4,2% al 4,0 sul fronte del giro d’affari.



QUESTIONE DI EQUILIBRIO

I numeri appena riportati non tengono però conto della ripresa registrata a luglio e agosto. Una vera e propria fiammata che mette sul tappeto questioni non di poco conto per il futuro del comparto. «I locali notturni – Matteo Figura, responsabile Foodservice NPD in Italia – danno una riposta all'esigenza di divertimento, che nel nostro Paese si concentra con assoluta prevalenza proprio in questo canale. Ma vero è anche che nell'attuale contesto non si può prescindere dalla necessità di assoggettarsi alle norme sul distanziamento. Nell'equilibrio tra le due istanze sta quindi la chiave di volta per scongiurare che, al momento delle future, progressive riaperture dopo questo secondo lockdown, ci si ritrovi nella condizione di dover procedere a una nuova serrata. Un'eventualità che potrà essere evitata se si agirà con senso di responsabilità e si adotterà, anche a costo di sacrificare parte del business, una maggiore regolamentazione dell'afflusso degli avventori. Il che, tradotto in termini pratici, può voler dire rafforzare il servizio al tavolo, contingentare le entrate, introdurre l'obbligo di prenotazione online».

Gli Approfondimenti di "Momenti di Consumo 2020"

Up & Down dettati dal Covid

Per la colazione una parola d'ordine: innovazione

Pranzo: focus su offerta e servizio

Snack: contaminazioni di genere

L'happy hour ritrova slancio