Un settore che supera ogni crisi

210105amix0334-006primopiano-at-006-06-a9056bfe

Continua l'inchiesta di Mixer sul futuro prossimo venturo del mondo dell'ospitalità. Ogni mese analisti, ricercatori ed esperti del mondo horeca intervengono sulle conseguenze della pandemia. Massima comprensione per le difficoltà che sta vivendo oggi la categoria, ma sguardo fisso al futuro con l'obiettivo di fornire ai nostri lettori chiavi di interpretazione su quel che sta cambiando nel settore e spunti che possano aiutarli a cogliere al meglio la nuova ondata di richieste di socialità e socializzazione che, ne siamo certi, arriverà. Tra i temi al centro del dibattito anche le richieste degli esercenti nei confronti dei distributori e delle industrie di Food&Beverage e le nuove esigenze dei consumatori. I lockdown e le chiusure non devono far dimenticare la grande forza che caratterizza il mondo dell'ospitalità italiana che ha sempre saputo rialzarsi a testa alta da ogni crisi precedente e, certamente, saprà mostrare la stesso spirito indomito anche questa volta. Tutti gli interventi precedenti sono disponibili online sul nostro sito.

Che sui sistemi digitali di gestione e di comunicazione non si possa tornare indietro è opinione diffusa, così come sul fatto che gli italiani abbiano ormai fatto propri i sistemi di delivery e take away. Ma



questa è solo la punta di un iceberg dei cambiamenti strutturali che ha portato

con sé la pandemia: le modifiche di sistema sono tali che, per **Angela Borghi, Responsabile Commerciale e Partner di TradeLab** – la società di analisi e consulenza che fornisce supporto alle imprese sia su problematiche di natura strategica che a livello operativo – sarà imprescindibile una grande capacità manageriale da parte degli esercenti e in generale di tutti i player della filiera. Ai gestori spetta il difficile compito di un ripensamento dei format e dei layout dei locali in funzione delle nuove esigenze, una maggiore specializzazione dell'offerta e, per molti, anche la capacità di garantire un buon servizio di easy dining, ossia un'offerta di buona qualità, con semplicità e rapidità e a un

prezzo ragionevole. Ai loro fornitori – distributori e aziende F&B – la sfida di supportarli con un’offerta di prodotti e servizi adeguata e segmentata. Tutto questo senza scordarsi le nuove richieste in termini di sicurezza, igiene e convenienza, e i trend già centrali prima del covid, ad esempio qualità, artigianalità, italianità, salutismo e sostenibilità. Un ruolo importante per i Drink Shop utilizzati in questi mesi da molti esercenti come sistema di rifornimento rapido per piccole quantità, una rinnovata efficienza e flessibilità lungo la filiera da parte dell’industria nei confronti dei grossisti, ma anche da parte di questi ultimi rispetto alle esigenze dei punti vendita finali (in termini di frequenza dei passaggi e di minore quantità di merce da consegnare), un buon lavoro di sinergia da parte di tutti sul



fronte della professionalità e della formazione per performare meglio nel punto vendita. Sono solo alcune delle conseguenze “impreviste” che la pandemia e i lockdown stanno introducendo nel mercato horeca e che **Mario Carbone, Account Director di IRI**, azienda che analizza e studia i dati di vendita del mondo del largo consumo e anche del settore fuoricasa, racconta a Mixer. Ma le tendenze in atto destinate a modificare il sistema sono molte e alcune stanno cambiando strutturalmente abitudini e consuetudini consolidate. Il settore post covid non sarà esattamente come quello che, da un giorno all’altro, ha dovuto improvvisamente fare i conti con la pandemia.

Gli approfondimenti dello "Speciale Mixer: Bar e ristoranti dopo il Covid"

Angela Borghi: "Spazio alla managerialità"

Mario Carbone: "Supereremo anche questa crisi"

David Migliori: Guardare al "dopo Covid" con coraggio e immaginazione

Matteo Figura: "Il futuro non deve spaventarci"

Carlo Odello: "Il bar deve essere un’isola felice"