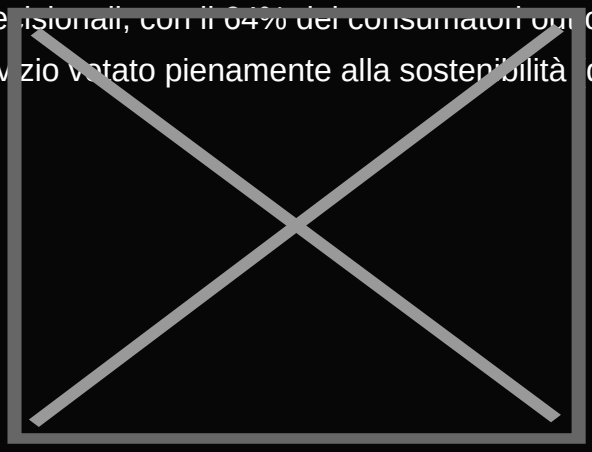
Sostenibilità e digitalizzazione, i trend Horeca secondo Cosmofood

digital-16638e04

Un cliente attento, proattivo ed evoluto, che guida le proprie decisioni di acquisto e consumo secondo quattro parametri ben precisi: sostenibilità, digitalizzazione, semplificazione e sicurezza. Sono solo alcuni dei trend emersi nel corso di **Cosmofood**, la manifestazione che Italian Exhibition Group dedica alla filiera del foodservice e agli operatori professionali del Triveneto (fino mercoledì 10 novembre, in fiera a Vicenza).

La ripresa c'è, ed è anche rapida e concreta. Ma secondo i dati messi in evidenza da Matteo Figura, foodservice Italy director di The Npd Group, la ripartenza non può non fare i conti con una **diversa propensione dell'utente finale al consumo fuori casa** influenzata quotidianamente da cambi di scenario e di abitudini, per un territorio – quello del Triveneto – che, grazie alle scelte votate di natura all'adozione di una filiera corta e a sistemi di tracciabilità dei prodotti, contribuisce a soddisfare i criteri di sostenibilità e sicurezza imposti dal cliente.

Un cliente sempre più protagonista dei processi de isionali, con il 64% dei consumatori out of home che suggeriscono attivamente migliorie per un serv zio votato pienamente alla sosteni ilità dati



Osservatorio Crest e The Npd Group), è stato al c entro

anche dello **schowcooking** di Angelo Biscotti, Executive Chef di Cast Alimenti - Scuola dei Mestieri del Gusto. Lo chef ha illustrato ai fornelli della Cosmofood Arena gli indicatori principali da seguire per

un “concept” vincente: dall’ideazione alla scelta delle materie prime, alla definizione della texture più adatta a seconda della portata, fino ad elementi di food design quali la simbologia e lo stimolo sensoriale attivato da forme, colori e supporto in cui viene presentato.

Per affrontare la nuova normalità che caratterizza lo scenario dell’out-of-home post pandemia nel quale le occasioni di contatto fisico si sono ridotte drasticamente, la ristorazione 4.0 deve cavalcare le **opportunità offerte dal digitale**: controllo e gestione dei fornitori e del magazzino, Iot applicata alla gestione di attrezzature ed elettrodomestici, sistemi di pagamento e prenotazione, analisi statistica della redditività. Ad offrire agli operatori della ristorazione del Nord Est una panoramica di strumenti con cui gestire una strategia multicanale efficace, dalla marketing automation a Google My Business, dall’adv online al direct marketing, sono stati Cast Alimenti e Welcome Digital.

Motivata dalla necessità di ottimizzare i costi, dalla strategia commerciale o semplicemente dal desiderio di rispondere alle richieste del mercato, la digital transformation coinvolge tutte le aziende, di ogni natura e dimensione. Da **OA Service** esempi e best practice che hanno messo in luce l’importanza di adottare una strategia integrata di utilizzo degli strumenti tecnologici, dai più semplici, come l’utilizzo professionale di WhatsApp, ai più complessi legati alla blockchain, per un cambio di passo e mentalità che deve coinvolgere tutta l’organizzazione.