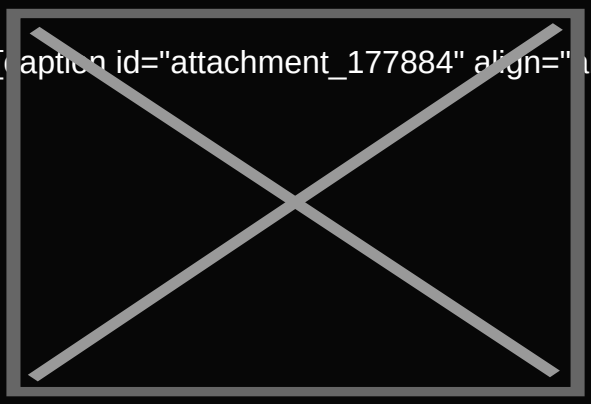
Un ristorante su quattro non ha riaperto: situazione e prospettive

ristorante-coronavirus-298045a1

L’emergenza Covid-19 ha segnato un cambio di passo epocale per il settore dell’ospitalità. Sono cambiate le regole del gioco, i numeri, le esigenze e per forza di cose andranno ricercate nuove forme di equilibrio. Ma se da una parte i ristoratori stanno combattendo una battaglia durissima, dall’altra i clienti hanno voglia di normalità e questo vuol dire anche uscire a mangiare una pizza o un buon piatto al ristorante.

Normalità però significa non essere assillati dai timori ed è compito del ristorante, del bar o della pasticceria comunicare alla propria clientela sicurezza dimostrando accortezza e attenzione a tutte le norme in vigore. Normalità per gli ospiti significa anche lasciare recensioni e, a riguardo, **RepUp** ha condotto un’analisi prendendo in considerazione i dati degli ultimi mesi post lockdown.

[caption id="attachment_177884" align="alignright" width="300"]



Salvatore Viola e Andrea Orchesi[/caption]

"Quello che balza agli occhi dai nostri dati (ricavati dalla fusione di informazioni derivanti dalle principali piattaforme di recensioni) è che **a fronte di un flusso inferiore di ospiti all’interno dei locali, si osserva una tendenza inversa per quanto riguarda il numero di recensioni**. In pratica, le persone vanno meno nei ristoranti, ma scrivono di più su **TripAdvisor** e su **Google**", racconta **Salvatore Viola**, Ceo di RepUp. Questo, in realtà può essere anche spiegato dal fatto che un’uscita

sporadica diventa di per sé un evento e proprio per questo si ha voglia di condividerla molto più di prima.

Lo studio di RepUP

Ma l'analisi di RepUP è andata oltre. "Siamo partiti dal numero di locali che nell'ultimo anno erano attivi sulle varie piattaforme di recensioni, circa 198mila, e abbiamo controllato quanti di essi hanno ripreso effettivamente l'attività negli ultimi mesi", spiega **Andrea Orchesi**, Presidente di RepUp. "Se dopo il lockdown un ristorante ha ricevuto recensioni su TripAdvisor o Google, vuol dire che ha riaperto e che i clienti hanno ripreso a frequentarlo. Si tratta di informazioni importanti perché frutto di dati che RepUP ha rilevato ed elaborato oggettivamente da più fonti. Questi dati ci dicono che in Italia la percentuale dei locali che ha riaperto a pieno regime, dopo il periodo di chiusura forzata, varia di regione in regione in una forbice che va dal 65,95% rilevato in Calabria al 76,47% del Friuli Venezia Giulia, regione che si attesta al primo posto come percentuale di riaperture, seguita da Liguria (76,36%) e Umbria (76,26%). Insomma, comunque la si veda, questi numeri ci dicono inesorabilmente che **nel migliore dei casi, un locale su quattro non è riuscito ad affrontare la stagione estiva**".

Di cosa parlano le recensioni

TripAdvisor ha invitato i locali presenti sulla piattaforma a compilare una scheda per raccontare le **misure prese contro la diffusione del Covid-19**. Questo perché i clienti ormai sono attentissimi ai temi della sicurezza. Nelle recensioni si parla sempre di qualità del cibo, prezzi e professionalità del personale, ma nei commenti degli ultimi mesi è normale leggere riferimenti ai comportamenti dei camerieri, si spia nelle cucine per vedere se la brigata indossa le mascherine, si parla di quanto l'esperienza nel locale sia risultata rassicurante per l'ospite.

Raccontare le precauzioni adottate nel proprio locale oggi è fondamentale perché **la sicurezza è un fattore determinante per la scelta dei clienti**, eppure ancora tantissimi ristoratori trascurano questo dettaglio. "Con alcuni locali che gestiamo, questo cambiamento di rotta nei commenti è stato palese", spiega Salvatore Viola. "Comunicare al cliente che usiamo le mascherine, manteniamo le distanze di sicurezza, ci laviamo le mani continuamente e abbiamo sempre a disposizione del gel disinfettante può apparire scontato, ma non lo è affatto. Per i nostri clienti abbiamo immediatamente aggiornato i profili su TripAdvisor e Google, evidenziando le precauzioni prese contro il Covid, inserito i nuovi servizi come delivery e asporto, cambiato gli orari di servizio per quelli che hanno deciso di stare aperti solo per cena o solo in pausa pranzo e così via. In questo momento la reputazione online di un locale è più importante che mai perché ci sono in giro meno clienti da spartirsi e bisogna fare il

possibile per non perdere neanche un solo coperto".

Gestire la reputazione online affidandosi ai servizi di RepUp permette ai titolari di ristoranti, bar, gelaterie e pasticcerie di dedicarsi unicamente al proprio lavoro e trasformare i commenti dei clienti in un potente strumento di marketing per aumentare le vendite e migliorare la propria immagine online.