

A cena, in due e prenotando da app: come cambiano le abitudini al ristorante in tempi di Covid

Quanto durerà la ripresa e quali saranno i trend gastronomici del nuovo anno? The Fork fa un bilancio del 2021 e traccia le prossime tendenze nella ristorazione

È un bilancio della ristorazione italiana in chiaro scuro quello tracciato da The Fork, piattaforma leader nella prenotazione online dei ristoranti, che ha analizzato le performance in termini di domanda e risultati e ha identificato quali saranno le tendenze della ristorazione, al fine di definire alcuni dati rilevanti, utili ai ristoratori per uscire dalla situazione di crisi e assicurarsi una ripresa durevole.

“Anche quest’anno è stato particolarmente difficile per il settore, ma vogliamo continuare a essere fiduciosi: la tanto attesa ripresa sembra essere finalmente vicina e i nostri utenti ancora una volta mostrano il desiderio di andare al ristorante anche in un contesto sanitario non ancora del tutto stabile – spiega Damien Rodière, Country Manager Italia di TheFork – La nostra missione è quella di sostenere i ristoratori nella digitalizzazione delle loro attività e di contribuire alla loro crescita. Per tornare definitivamente ai livelli pre-Covid e superarli, continueremo sulla via dell’innovazione, soprattutto sul fronte dei pagamenti digitali con il nostro servizio TheFork PAY, ribadendo il trend positivo e portando ancora più clienti nei ristoranti”.

Le prenotazioni in Italia tornano a crescere

La riapertura dei ristoranti nel 2021 ha portato risultati incoraggianti: nel 2021 TheFork Italia ha registrato infatti +11% di prenotazioni rispetto al 2020. In particolare, nonostante l'iniziale incertezza dovuta all'introduzione del pass sanitario, i livelli di prenotazione in Italia hanno iniziato a risalire nel trimestre estivo, registrando da giugno a agosto un +15% di prenotazioni rispetto al 2020, con un picco in agosto (+4,5% rispetto allo stesso mese del 2020 e, soprattutto, +4% rispetto al 2019). Trend che è proseguito anche nei mesi successivi grazie alla nuova edizione del TheFork Festival, evento che sostiene il settore con uno sconto del 50% valido in più di 2.000 ristoranti in Italia e che ha consolidato la tendenza positiva della scorsa estate. In ottobre, infatti, TheFork ha registrato in Italia il record di prenotazioni: +31% rispetto allo stesso mese del 2020 e +5% rispetto al 2019.

Per quanto riguarda il turismo in Italia, il 14% delle prenotazioni sono state effettuate da stranieri, tornando ai livelli del 2019 (nel 2020 erano al 9%). Nell'intero anno il numero di prenotazioni effettuate da stranieri è cresciuto del 46% rispetto al 2020. La provenienza dall'estero degli utenti di TheFork è molto variegata e copre diversi Paesi europei e non solo: Francia (2%), Canada e Stati Uniti (1,6%), Germania (1,6%), Svizzera (1%), Spagna (0,9%), Regno Unito (0,7%). Nei tre mesi estivi del 2021 sono state effettuate +75% prenotazioni di coperti da parte di stranieri rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Guardando in valore assoluto le prenotazioni nell'intero corso del 2021 in Italia, la top 5 delle regioni in cui si è prenotato di più sono: Lombardia, Lazio, Toscana, Piemonte e Campania. Le città con più prenotazioni, invece, sono Roma, Milano, Firenze, Torino e Napoli.

Le abitudini al ristorante: a cena, in due e prenotando da app

Nel 2021 il 30% degli utenti di TheFork ha prenotato per pranzo ma è la cena a confermarsi il momento prediletto per recarsi al ristorante: nella prima parte dell'anno il tasso di prenotazione era al 52%, passato al 76% nei sei mesi successivi. Anche quest'anno il sabato risulta essere il giorno preferito per prenotare fuori (26%), seguito dalla domenica (19%) e dal venerdì (15%). Il 41% degli utenti della piattaforma tende a prenotare con 4 ore o meno di anticipo (la media dell'anno è di 6,7 ore) e nel 2021 sono stati soprattutto i tavoli da 2 persone (61%) a esser favoriti, seguiti da quelli per 4 o più persone (22%) e da quelli da 3 (13%). Per quanto riguarda il tipo di cucina preferita, il 15% degli utenti ha scelto la cucina mediterranea, il 13% le pizzerie, il 12% la cucina italiana, l'11% i ristoranti di pesce e il 6% quelli giapponesi.

Una prenotazione su quattro è stata rivolta ai ristoranti della [selezione INSIDER](#) e il 4% verso i ristoranti della Guida MICHELIN. Passando allo scontrino medio, il 70% degli utenti ha speso tra i 25 e i 50 euro e il 27% meno di 25 euro. Poco meno della metà delle prenotazioni (45%) è stata effettuata usufruendo di sconti mentre la quasi totalità (90%) è avvenuta tramite l'applicazione, con solo il 4% da desktop e il 6% da sito mobile. Da gennaio a dicembre 2021 notevole crescita anche per il metodo di pagamento contactless TheFork PAY, il cui utilizzo è raddoppiato.



I trend della ristorazione nel 2022

Negli ultimi due anni abbiamo assistito a molti cambiamenti a causa della pandemia che ha completamente stravolto abitudini e stili di vita, il tutto acuito da un incremento dei problemi ambientali ma anche da un ulteriore sviluppo di tecnologie in cui il mondo virtuale continua a soppiantare il nostro rapporto con la realtà. Questi cambiamenti stanno mettendo gli individui di fronte a un contesto incerto, si tratti di salute, ambiente, economia o identità. La nostra società è come sospesa tra due tendenze opposte: una slow, in cui hanno la precedenza l'ascolto di sé stessi e degli altri così come la conservazione delle risorse, e una fast, per cui le nostre relazioni sono sempre più modificate dalla tecnologia in chiave di velocità e immediatezza. TheFork, in collaborazione con NellyRodi, ha decifrato l'impatto di queste evoluzioni nel mondo della ristorazione e del food individuando quattro macro tendenze.

Ritorno alle origini: la riscoperta di prodotti antichi e la

rinascita delle cucine del mondo diventano una presa di coscienza culturale. In un contesto incerto il ritorno ai valori e ai prodotti di un tempo corrisponde al bisogno di sicurezza e stabilità. Cereali antichi, pane e prodotti di panificazione, caffè sono alimenti rifugio che stanno riconquistando centralità. Il ritorno alle origini coinvolge anche le tradizioni culinarie, con l'affermazione di nuove scene gastronomiche come quella africana e sudamericana.

Cibo per un futuro migliore: l'evoluzione delle pratiche sostenibili viene fatta propria dai protagonisti e dai talenti del mondo food, supportati dalla tecnologia, per promuovere processi responsabili e consapevoli. Poiché la richiesta globale di cibo genera dal 22 al 37% di emissioni di gas serra, le abitudini alimentari e produttive devono cambiare in una prospettiva più virtuosa e tutti gli operatori del settore possono avere un ruolo fondamentale. Riduzione degli sprechi, coltivazioni urbane, prodotti plant-based e progetti sostenibili sono i trend di un movimento che vuole rendere il cibo più rispettoso dell'ambiente. Anche i grandi nomi del mondo gastronomico stanno prendendo consapevolezza del loro impatto e vogliono porre rimedio. David Humm, chef tre stelle MICHELIN del ristorante 11 Madison Square di New York, ha deciso di non servire più carne, consapevole del suo impatto ambientale e ha aperto una mensa per i poveri. In Francia Nadia Sammut è la prima chef gluten-free ad aver ottenuto la stella MICHELIN, nel suo tentativo di rivendicare una cucina slow food fatta di ingredienti biologici, locali, stagionali e da filiera sostenibile.

Self Food: l'impatto del cibo sul nostro benessere, sia psichico che fisico, è sempre più importante. Nel contesto di una crisi sanitaria globale, l'importanza del benessere personale e del prendersi cura di sé (self care) è sempre più centrale nella nostra società. La cura personale dipende molto dalle nostre fonti di energia e il cibo è la risorsa primaria da cui attingere le energie migliori. Tra le tendenze in

questo senso troviamo la creazione di certificazioni che attestino la qualità del cibo offerto, forniture alternative agli alcolici e alcune limitazioni ai piaceri della tavola.

Cibo oltre al piatto: le più recenti innovazioni tecnologiche possono portare benefici al mondo del food. Nel bene e nel male il Covid-19 è stato un acceleratore della trasformazione digitale già in atto. L'urgenza di agire di fronte alla pandemia ha dato a molte aziende l'opportunità di fare innovazione ma anche di trovare nuovi modi per attirare utenti in cerca di nuove esperienze quando le limitazioni contraevano le opportunità in presenza. Il lancio del metaverso, lo sviluppo degli NFT e le criptovalute sono tutte novità pronte a rivoluzionare la nostra quotidianità, ma cosa c'entrano col mondo del cibo? Alcune tecnologie, come la stampa 3D di alimenti, la realtà aumentata e le NFT culinarie, proseguiranno il loro percorso fino a risultati inaspettati. Queste innovazioni ovviamente non sostituiranno le esperienze gastronomiche tradizionali ma in qualche modo le sublimeranno e trascenderanno, in modo da offrire pratiche sempre più emozionanti e durature.