

TheFork e Doxa rivelano i 7 trend più hot della ristorazione del 2019

notizia pubblicata **11 gennaio 2019** alle ore **12:17** nella categoria **Curiosita'**



TheFork, piattaforma leader per la prenotazione di ristoranti in Europa, ha collaborato con Doxa, per uno studio sulle tendenze della ristorazione previste nel 2019 a livello globale.

Il report di 'Mangiare fuori nel 2019' evidenzia 7 principali tendenze nel settore della ristorazione in tutto il mondo per ordine di importanza:

Esperienze sensoriali che vanno oltre lo scatto: negli ultimi anni Instagram e altre app di condivisione fotografica hanno rivoluzionato il mondo del food. I ristoranti hanno persino creato cibo e bevande per massimizzare l'impatto sui social media. I ristoranti creano piatti e bevande per sorprendere i clienti, soprattutto i millennial. Pertanto, in alcuni casi, si sta spostando l'attenzione dal gusto all'estetica.

Boom tecnologico: come affermato nel terzo rapporto annuale del settore tecnologico del ristorante di Toast, il 95% dei ristoratori negli Stati Uniti afferma che la tecnologia migliora l'efficienza dei ristoranti. Dall'uso dei droni nel delivery e nel servizio fino alla al check-out basato su applicazione, i ristoranti integrano sempre più soluzioni tecnologiche nelle loro attività.

Una nuova e più accentuata trasparenza: i consumatori dei servizi di ristorazione richiederanno sempre più trasparenza in termini di approvvigionamento, origini alimentari e metodi di coltivazione e

trasformazione. In risposta, le aziende – metteranno in atto un approccio sfaccettato che influenzerà sia il servizio al cliente sia le loro policy interne. Ci sarà più trasparenza sui prezzi, sugli stipendi e sulle performance aziendali e si porrà sempre più enfasi sul commercio equo e sulla diversità nonché più attenzione e comunicazione sull'impatto ambientale.

Free-from extreme: i regimi alimentari basati sui soli vegetali, influenzeranno sempre più le politiche dei ristoranti, andando nella direzione di una strategia a zero rifiuti e di una sostenibilità sempre maggiore. Inoltre, ci sono alcuni esempi di ristoranti che stanno espandendo l'offerta per specifiche esigenze alimentari.

Non semplici pasti, ma esperienze: nel complesso, i clienti, in particolare i millennial, preferiscono spendere il proprio denaro per un'esperienza piuttosto che per una un semplice bene o servizio. Questo fenomeno già in atto continuerà nel 2019 e i ristoranti non faranno eccezione. Quando si mangia fuori, le persone cercano sia un buon pasto sia un'esperienza gastronomica coinvolgente. Da qui nascono diversi format: dall'esperienza culinaria multisensoriale ai ristoranti pop-up permanenti (spazi permanenti che consentono la rotazione di brand e/o chef) o ancora cene narrative. Il marketing esperienziale porta alla nascita di formati originali, come i ristoranti a tema cartoon o serie TV come il primo ristorante ufficiale a tema Totoro che ha aperto i battenti a Bangkok. Altri marchi che cercano di coinvolgere le community di fan adulti con formati e piatti dedicati come gli hamburger ispirati ai supereroi.

Miglioramenti naturali e ristoranti sani: i superfood fanno già parte della dieta delle persone anche al ristorante. Nella prima ondata di questo fenomeno, i ristoranti hanno introdotto ingredienti sani nelle loro ricette. Nel 2019, questo sta andando ancora oltre con l'introduzione di ingredienti funzionali nei piatti, ovvero ingredienti che dimostrano di avere effetti positivi su una o più funzioni dell'organismo.

Crescente conoscenza del consumatore: i consumatori continueranno anche nel 2019 ad adottare ulteriori misure per saperne di più su luoghi di produzione e componenti del cibo che mangiano. Questa consapevolezza si otterrà sfruttando la tecnologia. Tanto che nascono app che aiutano le persone a identificare ingredienti con cui non hanno familiarità.