

AROMI ADDITIVI SEMILAVORATI

INGREDIENTI ALIMENTARI

Gennaio/Febbraio 2021
anno 20 - numero 114

VICTA
food & trade

**Ingredienti che
fanno bene!**

VICTA Food SRL • Mogliano Veneto (TV) • T. +39 - 041 5936375 • www.victa.it

Poste Italiane spa - Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 (Conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1 comma 1 MBPA NORD OVEST - n. 1/2021 - IP - ISSN 1594-0543


**CHIRIOTTI
EDITORI**

10064 PINEROLO - ITALIA
Tel. 0121393127
info@chiriottieditori.it



FOOD DESIGN

A cura di: Paolo Barichella
Food designer

Ristoranti, gastronomie, asporto e *food delivery* I nuovi modelli di ristorazione dopo il Covid-19

Già penalizzato dalla riduzione di afflusso, sceso per diversi mesi fino a punte di -80%, il settore Ho.Re.Ca. Foodservice ha subito un ulteriore contraccolpo determinando un mutamento epocale che mai poteva essere ipotizzabile. In realtà, occorre analizzare un aspetto importante: quando si parla di ristorazione ci si riferisce a differenti segmenti che rispondono a specifiche richieste e necessità completamente diverse tra loro e destinate a un pubblico variegato.

Come sappiamo, le motivazioni per cui ci alimentiamo variano dal nutrimento, alla socializzazione e piacere che possono realizzarsi in: pausa pranzo, *movida* e cucina esperienziale fatta di ricerca e avanguardia, ma anche di cultura, tradizione e dettaglio. Tutti e tre i segmenti sono orientati a “mangiare”, ma ognuno per motivi

diversi e con approcci estremamente distanti, anche nel vero e proprio senso prossemico.

Se parliamo di Bar, ad esempio, non possiamo non valutare che un locale che prepara caffè, colazioni e pausa pranzo raggiunga circa l'80% del suo fatturato alle ore 15, mentre un Cocktail bar sviluppa il 100% dopo le 18. Stessa nomenclatura "Bar", ma circostanze e proposte destinate a pubblici con richieste e necessità opposte.

La situazione legata ai contagi Covid è certamente molto critica, ma probabilmente un errore compiuto dal legislatore nell'imporre le restrizioni alla ristorazione, è stato quello di mettere tutti insieme in un unico insieme questi modelli, sottovalutando, ad esempio, che il terzo, la Cucina Esperienziale, fiore all'occhiello del Made in Italy, era quello che



più aveva rispettato e seguito le indicazioni, investendo importanti risorse in un momento in cui non ve ne erano, per mettere a norma le proprie strutture con non pochi sacrifici e senza alcun aiuto dallo stato.

Si è offerta la possibilità ai ristoranti di somministrare i prodotti solo con modalità asporto o consegna a domicilio senza rendersi conto di un aspetto fondamentale, l'Asporto e il *Food Delivery* non sono per nulla un business del ristorante, ma competenza esclusiva della gastronomia, che in comune al ristorante ha solo il fatto di produrre alimenti utilizzando una cucina, pur con metodi e modelli di servizio estremamente differenti.

Il ristorante produce e somministra immediatamente un piatto espresso in sala che va consumato

al tavolo, la gastronomia fa la stessa cosa, ma porta il prodotto in un banco vetrina dove viene esposto e conservato per ore fino a che non viene acquistato da un cliente per poi essere consumato a casa.

A chi è esperto di ristorazione risulta piuttosto evidente come asporto e *delivery* vadano contro la natura stessa del ristorante aggiungendo un centro di costo a quello sempre più pesante della sala. Solo implementando in modo estremamente scientifico una *Dark Kitchen* all'interno degli spazi di cucina potrebbe essere possibile far convivere i due differenti modelli di servizio, ma questo è un aspetto che solo un intervento esperto da parte di professionisti potrebbe risolvere.

Una gastronomia, invece, per sua natura, nasce già come *Ghost Kitchen*, e, a differenza di quest'ultima, non ha neanche lo spazio di vendita al banco, ma riceve direttamente ordini online che vengono evasi attraverso il ritiro sul posto oppure la consegna a domicilio attraverso i numerosi vettori del *delivery*.

Tra le cause del mutamento di una parte della ristorazione a servizio della pausa pranzo vi è inoltre la diffusione dell'impiego del lavoro agile, che ha modificato pesantemente le abitudini della pausa pranzo stessa, che negli ultimi decenni si erano consolidate. Come conseguenza gli uffici si sono svuotati e da quel momento la ristorazione "per necessità" tipica della pausa pranzo composta di mense e locali ha avuto il crollo della domanda. Per molte catene del *Food Retail* anche di successo, modelli di *business* totalmente rivoluzionati e da ripensare. Tanto che sono nate diverse associazioni come UBRI (Unione Brand

della Ristorazione Italiana) con lo scopo di trovare insieme rapide soluzioni per le catene di locali che vivevano su quel modello.

Questa rivoluzione però, ha anche creato nuovi scenari mai ipotizzati, che se opportunamente interpretati potrebbero creare nuovi e moderni modelli, qualcuno dei quali ha già iniziato a prendere forma.

Un effetto positivo è che finalmente è stato spazzato via il vetusto e antiquato sistema dei self-service e mense aziendali gestiti dalla ristorazione collettiva dove a comandare erano i numeri. Numeri molto alti in termini di pasti gestiti e volume d'affari e molto bassi in prezzo, qualità di prodotto e stile di vita.

Abbiamo assistito anche a una nuova rinascita della ristorazione in albergo, ma anche allo sviluppo di *Frigo Lockers* all'interno di realtà di *coworking* o ex spazi mensa ora ristrutturati in funzione dei nuovi numeri, normative e richieste.

Altri modelli innovativi nati sulla spinta delle attuali necessità sono state ampiamente percorse e sperimentate da molti attori brillanti del mondo della ristorazione commerciale e collettiva. Oltre all'ambito "Come a Casa", con il modello di *Self-Kitchen Restaurant*, che consente agli utenti di ultimare in autonomia le *Meal Solutions* anche in *Participatory Meal* e ai gestori di limitare l'intervento degli operatori al semplice supporto, istruzioni, ordine e pulizia degli spazi comuni, si stanno affacciando dei sistemi legati a nuove modalità di servizio e logistica 4.0 organizzati in modo digital attraverso *cloud* o app specifiche:

- *vending machines 24/7 unattended* con forni a microonde



di prossimità per rigenerare le *Meal Solution* contenute nelle macchine, poste all'interno di spazi comuni autogestiti in alberghi o spazi destinati alla collettività;

- micromarket semipresidiato e gestito da un unico operatore che tiene in ordine e pulite attrezzature, strumenti e spazi;
- *personal fridge-lockers* in aree mensa degli ambienti che lavorano con modalità mista, attraverso la possibilità di ordinare il giorno prima e trovare le *Smart Meal Solution* pronte



nel proprio *Locker* accessibile con personal ID o riconoscimento biometrico per essere rigenerate in un paio di minuti;

- *inroom frigobar e honesty bar* per gli Hotel e appartamenti in affitto breve e *property management*;
- libero servizio - *take away* di *Food Solutions* in minimarket, GDS e negozi di prossimità;
- *smart kitchen* negli alberghi o nelle realtà senza strutture di cucina con produzione.

Food design dei servizi: nel corso del 2020, accelerato dagli effetti del *lockdown*, si è assistito anche a un notevole incremento di attività da parte dei brand di *Food Delivery*, sistema molto versatile e ormai ampiamente diffuso, che può essere utilizzato anche per la gestione di nuovi modelli di welfare aziendale sotto forma di benefit ai collaboratori dipendenti.

Le aziende che hanno sempre garantito il servizio mensa ai propri dipendenti oggi hanno la possibilità di estendere il beneficio stipulando convenzioni con partner organizzati per la gestione e distribuzione/consegna dei pasti dei loro dipendenti durante lo *Smart Working*, con servizio di "*Smart Canteen*" a domicilio.

I *Food Designer* hanno una grande opportunità di lavorare sui formati delle proposte che vanno ripensati in funzione di questi nuovi contesti e modalità. *Smart Meal Solution* e kit pensati per essere completati e ultimati a casa o in ufficio da parte del collaboratore.

Per poter evolvere e interpretare questi nuovi modelli e contesti, anche il delivery e chi si occupa di produrre *food solution* per i servizi a domicilio deve necessariamente cambiare il punto di vista e il sistema di produrre e consegnare.

Infatti, ad oggi, per via di abitudini consolidate si segue il modo più complicato di trasportare a domicilio un cibo cotto, cucinato caldo e consegnato alla giusta temperatura di servizio senza rendersi conto che per ottenere questo risultato si penalizza la qualità.

Perseguendo l'obiettivo di consegnare un pasto caldo o un prodotto caldo come la classica pizza, considerando i tempi e le condizioni di trasporto ci si

troverà sempre nelle condizioni di accettare compromessi. Per sua natura un prodotto consegnato a domicilio, anche nel più breve tempo possibile, mantenuto caldo in un contenitore ermetico o chiuso, per via del vapore che esso stesso genera, continua inesorabilmente la cottura, provocando un indesiderato effetto lessatura/bollito e perdita di fragranza e consistenza. Pensiamo di cucinare un risotto e al momento in cui è perfetto, anziché servirlo lo lasciamo 20 minuti nella pentola chiusa con il coperchio... nulla di peggio per rovinare un ottimo lavoro.

I prodotti serviti al tavolo di un ristorante non possono in alcun modo essere gli stessi consegnati a domicilio, ma, in particolare, non possono essere trattati nello stesso modo, perché quando arrivano a domicilio, sono ormai in *overcooking* e hanno mutato la struttura e qualità percepita rispetto al piatto espresso.

Il modo più idoneo di consegnare un pasto a domicilio è come ha sempre eseguito la gastronomia, a temperatura di frigorifero, rispettando la catena del freddo, avendo prima destrutturato e separato in confezioni diverse gli ingredienti che lo compongono per fare in modo che attraverso una semplice sequenza e chiare istruzioni per il completamento del prodotto si ottenga un piatto identico a quello espresso realizzato al ristorante.

Tutto ciò evidenzia in modo inequivocabile come i modelli della ristorazione di domani saranno saldamente in mano a chi sarà in grado di proporre efficaci sistemi di logistica e servizio sul territorio, oltre che di *food solution* adeguate alle esigenze, ambienti e circostanze di consumo dei nuovi consumatori.