

RISTORAZIONE

Rapporto Annuale

2024

Sintesi dei principali risultati

Il presente Rapporto è stato elaborato con le informazioni disponibili al 1 marzo 2024

A cura di *Luciano Sbraga, Giulia Romana Erba, Daniele Ferretti - Ufficio Studi Fipe*
Aaron Gennara Zatelli, Rodrigo Ferrari - Bain & Company
Bruna Boroni, Rita Clivio, Federica Pelò - Tradelab

© 2024 Fipe

Parlo di me

Da grande mi piacerebbe fare il pizzaiolo.

Vicino casa mia c'è un pizzaiolo che fa una pizza buonissima! Sono sempre felice quando la mangio.

Mi piacerebbe cucinare la pizza ai bambini per farli felici.

...dal quaderno di un bambino di 2^a elementare

INDICE

Prefazione _____

INTRODUZIONE _____

1 IL CONTESTO MACROECONOMICO _____

1.1 Il contesto internazionale _____

1.1.1 L'economia mondiale _____

1.1.2 L'economia europea _____

1.2 L'economia italiana _____

1.2.1 I consumi _____

1.2.2 Gli investimenti _____

1.2.3 Importazioni e esportazioni _____

1.2.4 Il mercato del lavoro _____

1.2.5 I prezzi _____

Approfondimento 1 - I consumi nella ristorazione in Europa _____

2. LA DEMOGRAFIA DI IMPRESA _____

2.1 La consistenza _____

2.1.1 Il settore complessivo _____

2.1.2 Il comparto bar _____

2.1.3 Il comparto ristoranti _____

2.1.4 Il comparto mense&catering _____

2.2 Le imprese femminili _____

2.3 Le imprese giovanili _____

2.4 Le imprese straniere _____

2.5 La nati-mortalità _____

2.5.1 Il settore complessivo _____

2.5.2 Il comparto bar _____

2.5.3 Il comparto ristoranti _____

2.5.4 Il comparto mense&catering _____

2.6 Il tasso di sopravvivenza delle imprese _____

Approfondimento 2 – La demografia d'Impresa nei centri storici _____

3. LE PERFORMANCE ECONOMICHE _____

3.1 La congiuntura secondo l'osservatorio Fipe _____

3.2 Il Fatturato delle imprese di ristorazione _____

3.3 Il valore aggiunto _____

3.4 L'occupazione _____

3.4.1 Le unità di lavoro _____

3.4.2 L'occupazione dipendente nei pubblici esercizi _____

3.5 La produttività _____

3.6 La dinamica dei prezzi nei pubblici esercizi _____

- 3.6.1 I prezzi nei bar _____
- 3.6.2 I prezzi nei ristoranti _____
- 3.6.3 I prezzi nella ristorazione collettiva _____
- 3.6.4 Il livello dei prezzi _____

Approfondimento 3: una lettura dei bilanci delle aziende _____

4. LA PROPENSIONE AD INVESTIRE _____

4.1. Il sentiment degli imprenditori della ristorazione _____

- 4.1.1. I risultati del 2023 e le prospettive per il 2024 _____
- 4.1.2. L'occupazione _____
- 4.1.3. L'accesso al credito _____

4.2. GLI INVESTIMENTI NEL SEGMENTO "RISTORANTI" _____

- 4.2.1. Gli investimenti effettuati nel 2023 _____
- 4.2.2. Le prospettive per il 2024 _____
- 4.2.3. L'attenzione a risparmio energetico e sostenibilità ambientale _____
- 4.2.4. L'attenzione a digitale e innovazione tecnologica _____

4.3. GLI INVESTIMENTI NEL SEGMENTO "BAR" _____

- 4.3.1. Gli investimenti effettuati nel 2023 _____
- 4.3.2. Le prospettive per il 2024 _____
- 4.3.3. L'attenzione a risparmio energetico e sostenibilità ambientale _____
- 4.3.4. L'attenzione a digitale e innovazione tecnologica _____

Approfondimento 4 – Gli incentivi alle imprese _____

5. CONSUMI E CONSUMATORI _____

5.1 La dinamica dei consumi alimentari fuori casa _____

5.2 I cambiamenti della domanda che hanno avuto impatto sui consumi AFH _____

5.3 Mappatura ed evoluzione dei consumi fuori casa in relazione alle principali determinanti del mercato AFH _____

- 5.3.1 La dimensione geografica dei consumi _____
- 5.3.2 Le occasioni di consumo _____
- 5.3.3 I canali di consumo _____

Approfondimento 5: I segmenti di consumatori _____

6. I trend _____

6.1 I trend rilevanti per la Ristorazione Italiana _____

- 6.1.1 Normalizzazione dei prezzi al consumo _____
- 6.1.2 Carezza di personale qualificato _____
- 6.1.3 Crescita delle catene rispetto agli operatori indipendenti _____
- 6.1.4 Crescita delle offerte specializzate rispetto a quelle generiche _____
- 6.1.5 Crescita degli snacks e dei "mini pasti" _____
- 6.1.6 Aumento della domanda di prodotti salutari e sostenibili _____
- 6.1.7 AI e l'impatto sul mondo della ristorazione _____

Approfondimento 6 – La ristorazione in catena _____

7. LE ASPETTATIVE PER IL 2024: IL PUNTO DI VISTA DELLA FILIERA _____

7.1 Le principali iniziative degli operatori in risposta ai trend di mercato _____

Approfondimento 7 – La percezione dei consumatori dello spreco alimentare nella ristorazione

Nota tecnica _____

Prefazione

Il 2023 sarà ricordato come un anno positivo per la ristorazione italiana, considerando che 9 imprese su 10 del settore hanno migliorato o confermato il fatturato dell'anno precedente e si aspettano un 2024 in crescita o, quantomeno, stabile. Nonostante l'inflazione e l'incertezza del contesto internazionale, i consumi alimentari fuori casa sono infatti rimasti tonici attestandosi a 92 miliardi di euro e, esprimendo oltre 1 milione di lavoratori dipendenti, l'occupazione del settore è tornata abbondantemente al di sopra dei livelli pre-pandemici. Un bilancio positivo, insomma, ma la storia che il nostro Rapporto Ristorazione traduce in dati è ben lontana da finire qui.

Stabilità, infatti, non significa immobilità del settore, che sta invece cambiando pelle sia dal punto di vista della domanda sia dal punto di vista dell'offerta. La cesura innescata – psicologicamente, socialmente ed economicamente – dalla pandemia ha avviato una trasformazione profonda che va accompagnata con uno sguardo attento e quello spirito imprenditoriale che suggerisce di non accontentarsi di navigare il presente, spingendosi ad affrontare il futuro.

Se infatti dall'osservare "quanto" consumiamo si passa a guardare con più attenzione "come" consumiamo, è possibile notare un costante, sensibile cambiamento degli stili di vita degli italiani, che si rivelano meno abitudinari che in passato e più consapevoli nelle scelte, che, per convinzione o per necessità, sono maggiormente orientate ad ottenere il cosiddetto "value for money". Anche perché il "money" mediamente necessario per consumare fuori casa è diventato più alto: pur con molta prudenza (in alcuni casi, persino reticenza) da parte degli operatori, l'aggiustamento dei listini è stata una inevitabile conseguenza dell'aumento dei costi e dell'impennata dell'inflazione. Il 2023 si chiude comunque con un +5,8% dei prezzi del settore, tra i valori più contenuti a livello dei 27 Paesi della UE.

Il nuovo profilo di consumo degli italiani, che premia la qualità e l'efficienza, si rispecchia parallelamente nella lettura dei dati che raccontano la trasformazione dell'offerta. Nel 2023, circa il 50% dei pubblici esercizi ha effettuato almeno un investimento, soprattutto per il rinnovo del parco attrezzature, il controllo dei consumi energetici e il potenziamento degli strumenti digitali. Qualcosa come il 90% dei ristoranti e l'80% dei



bar hanno introdotto nel proprio locale strumenti digitali (rete wi-fi aperta, registratori di cassa più evoluti, smart POS, sistemi di prenotazione online, ecc.). D'altra parte, su tutto il territorio nazionale, si registra una crescita dei modelli più complessi di offerta (come il ristorante), mentre declina il canale bar, tradizionalmente più scelto perché gravato da minori complessità gestionali.

Si va insomma verso una strutturazione dell'offerta che vede contrarsi il numero delle imprese rispetto al 2022: non per forza una cattiva notizia se questo significa un rafforzamento delle competenze e un aggiornamento dei format, visto che l'ampissima platea delle 332mila imprese continua ad avere un tasso di imprenditoria femminile superiore alla media (il 29% del totale) e il 12,3% di giovani che decidono di mettersi in proprio. Certo, il turnover imprenditoriale nel nostro settore continua a rappresentare un punto di domanda rispetto alla qualità e alla professionalità di chi si dedica a questo mestiere e un fenomeno tutto da approfondire rimane quello dell'imprenditoria straniera (che nel settore raggiunge e ormai supera il 14%) ed esprime alcune eccellenze ma anche alcune forme di autoimpiego di necessità.

Leggere attentamente i dati del mondo dei Pubblici Esercizi, ancora una volta, ci racconta più di un "semplice" andamento settoriale ed economico: ci suggerisce infatti spesso dove sta andando la società e può essere uno spunto di riflessione tanto per l'impresa (di qualsiasi comparto), quanto per la sua rappresentanza.

Lino Enrico Stoppani
Presidente Fipe-Confcommercio

INTRODUZIONE

La dodicesima edizione di questo Rapporto, realizzata con le informazioni disponibili al 1 marzo 2024, mantiene la struttura delle ultime edizioni, dove la panoramica sui dati del settore si è arricchita di nuovi contributi, con l'obiettivo di approfondire e meglio interpretare l'evoluzione economica, sociale e culturale che sta attraversando il mondo dei pubblici esercizi.

Dopo le turbolenze affrontate nel corso del 2022, innescate dalle tensioni geopolitiche e dal rialzo dei prezzi, che hanno determinato per le imprese talvolta difficoltà di approvvigionamento per alcuni prodotti e, soprattutto, il rialzo vertiginoso della bolletta energetica, il 2023 può essere definito un anno positivo per il settore della ristorazione.

La morsa dell'inflazione si è allentata, grazie soprattutto al sensibile rallentamento della dinamica dei prezzi dell'energia. Gli indicatori economici certificano il netto miglioramento delle performance del settore rispetto al 2022, a cominciare dal pieno riassorbimento dell'emorragia di occupati avvenuta durante la pandemia. Inoltre, l'anno appena trascorso segna anche la definitiva ripresa del mercato dei consumi fuori casa.

Il 2023 è l'anno in cui il settore affronta un processo di profonda trasformazione, tanto sul lato della domanda quanto su quello dell'offerta, sospinta dalle transizioni energetica, ambientale e digitale in atto, che stanno ridisegnando oltre a stili di vita e abitudini di consumo, anche modalità di relazione con la clientela e, non da ultimo, obiettivi e strategie imprenditoriali.

SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI

1. Le imprese

Nel 2023, si contano 331.888 imprese attive nei servizi di ristorazione, in leggera contrazione sull'anno precedente (-1,2%). Di queste, 132.004 svolgono attività di bar (-3%), 195.471 sono ristoranti e attività di ristorazione mobile (+0,1%), 3.703 svolgono attività di banqueting, fornitura di pasti preparati e ristorazione collettiva (+2,3%).

Quando si parla di imprese che erogano servizi alla persona è importante considerare anche il complesso delle unità locali che nella ristorazione definiamo più propriamente esercizi o punti di consumo. Il panorama dell'offerta cresce significativamente arrivando a superare la soglia di 453 mila unità, in linea con quello del 2022. In questo ambito esercita una certa influenza la crescita della ristorazione in catena non solo per lo sviluppo dei grandi player del mercato ma anche per l'affermarsi di tanti piccoli operatori che nella strategia delle aperture multiple esplicitano la loro visione imprenditoriale.

Tab. 1.1 - Servizi di ristorazione

(Distribuzione di sedi e unità locali attive – anni 2022, 2023)

	Valori assoluti	Var. % 2023-2022
Bar e altri esercizi simili senza cucina	175.449	-2,1
Ristoranti e attività di ristorazione mobile	265.311	1,0
Fornitura di pasti preparati e altri servizi di ristorazione	12.277	8,3
Servizi di ristorazione	453.037	-0,1

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati InfoCamere

Tornando alla contabilità delle imprese registriamo che quelle gestite da donne sono 95.870 (il 28,9% del totale), con una più alta incidenza nel canale bar (33,1% della platea). Le imprese giovanili, ossia sotto il controllo di under 35, sono 42.652 (il 12,9%

del totale), concentrate principalmente nel comparto dei ristoranti (60,3%) mentre le imprese con "titolari" stranieri sono oltre 50mila (pari a circa il 14% del totale).

Resta elevato nel 2023 il turn over imprenditoriale (le nuove imprese sono 10.319, quelle cessate 28.012). Eppure il 2023 fa registrare un significativo incremento delle nuove imprese (+6,5% rispetto al 2022) a testimonianza della vitalità del settore. Su questo fenomeno si allunga, tuttavia, l'ombra dei tanti insuccessi imprenditoriali che caratterizzano la ristorazione italiana. Il tasso di sopravvivenza delle imprese indica che ad appena cinque anni dalla nascita cessano l'attività 4,6 imprese su 10 senza alcuna differenza tra il comparto dei ristoranti e quello del bar.

Fig. 1.1 - Tasso di sopravvivenza delle imprese

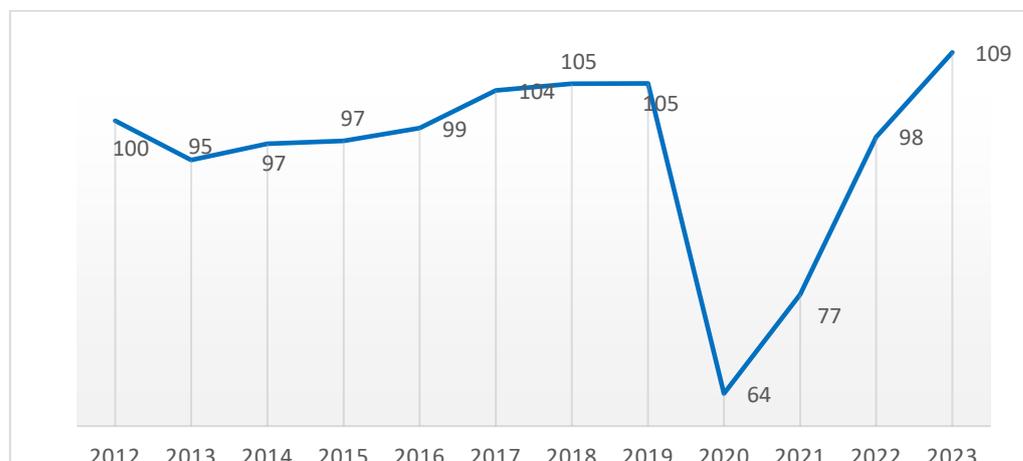
Tipologia impresa	anno di nascita	Anno di sopravvivenza				
		2019	2020	2021	2022	2023
ristoranti	2018	81%	72%	66%	60%	54%
	2019		83%	75%	68%	60%
	2020			87%	76%	67%
	2021				84%	74%
	2023					83%
bar	2018	81%	72%	66%	59%	54%
	2019		84%	75%	66%	59%
	2020			88%	77%	69%
	2021				83%	73%
	2023					83%

Fonte: elaborazione. C.S. Fipe su dati InfoCamere

2. Gli economics

Il valore aggiunto della ristorazione è stimato nel 2023 in oltre 54 miliardi di euro a prezzi correnti, con un incremento significativo non solo sul 2022 ma anche sul livello pre-pandemia (+3,9%). La "voragine" generata dalla pandemia si è chiusa.

Fig. 2.1 - La dinamica del valore aggiunto della ristorazione
(N.I. 2012=100)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

Se il valore aggiunto cresce, altrettanto fa l'occupazione. Nel 2023 l'input di lavoro, misurato in unità di lavoro standard, ha superato la soglia di 1,2 milioni di unità, con un incremento dell'8% sull'anno precedente e del 2,3% rispetto al 2019.

Fig. 2.2 - Dinamica dell'occupazione
(unità di lavoro standard - N.I. 2012=100)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

Focalizzando l'attenzione sul solo lavoro dipendente, nel 2023 le oltre 165mila aziende con almeno un dipendente hanno impiegato, in media d'anno, 1.070.839 lavoratori (6,4 unità per azienda), superando dell'8,1% il livello pre-pandemia (circa 80mila unità in termini assoluti).

Tab. 2.1 - Pubblici esercizi - Lavoratori dipendenti per comparto (anno 2023)

	val. assoluti	val. %	n. dipendenti per azienda
Bar	272.266	25,4	4,1
Discoteche	4.300	0,4	10,9
Mense e catering	69.917	6,5	74,2
Fornitura di pasti preparati	77.019	7,2	5,8
Ristoranti	625.473	58,4	7,5
Stabilimenti balneari	21.865	2,0	6,8
Totale	1.070.839	100,0	6,4

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Inps

Si è dunque totalmente riassorbita l'emorragia dei contratti a tempo indeterminato, cresciuti di oltre 11mila unità rispetto al 2019. Ampio è il loro utilizzo nel settore (58,5%), quasi doppio rispetto ai contratti a tempo determinato (31,9%), mentre risulta marginale il ricorso ai contratti stagionali (9,6%).

Tab. 2.2 - Pubblici esercizi - Lavoratori dipendenti per tipologia di contratto

(confronto 2019-2022-2023)

	variazione assoluta		variazione %	
	2023/2022	2023/2019	2023/2022	2023/2019
Tempo Determinato	39.082	40.156	12,9	13,3
Stagionale	4.297	28.717	4,4	39,0
Tempo Indeterminato	40.407	11.218	6,9	1,8
Totale	83.787	80.090	8,5	8,1

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Inps

È abbondantemente al di sotto della media nazionale la produttività¹ delle imprese di ristorazione: infatti, fatto cento il valore riferito all'intera economia, quello della ristorazione è pari a 59. Tale gap è spiegato, seppure in parte, da un duplice fattore:

1. il robusto utilizzo di manodopera da parte delle imprese del settore
2. la struttura produttiva fondata sulla micro e piccola impresa.

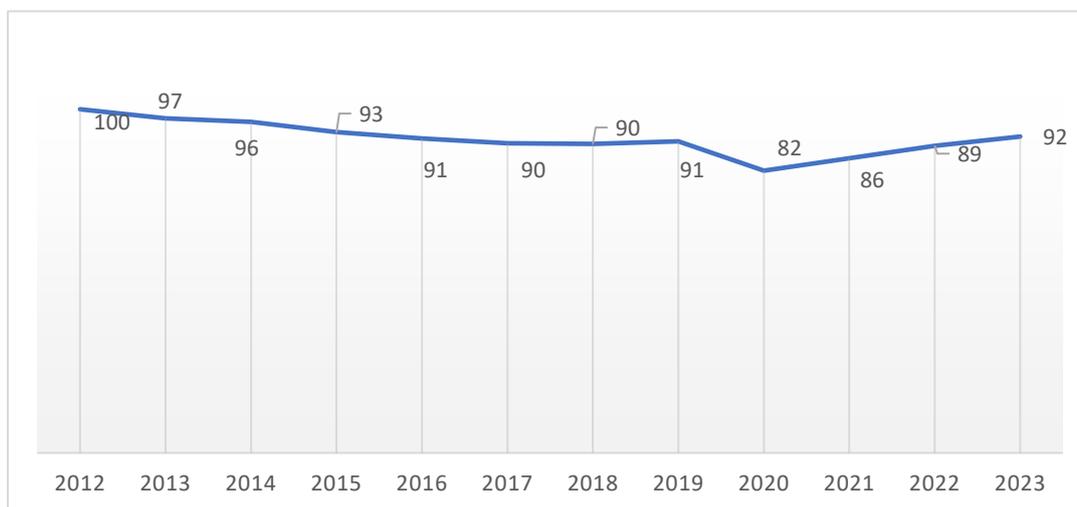
A ciò si deve aggiungere la progressiva perdita di produttività di questi ultimi dieci anni: fatto cento il valore relativo al 2012, il dato per l'anno 2023 risulta inferiore di 8 punti

¹ La produttività del lavoro è il rapporto tra ricchezza prodotta e input di lavoro.

percentuali. Fa ben sperare, tuttavia, l'ulteriore recupero di tre punti avvenuto proprio nel 2023.

Fig. 2.3- Dinamica della produttività nella ristorazione

(valore aggiunto per unità di lavoro - N.I. 2012=100)

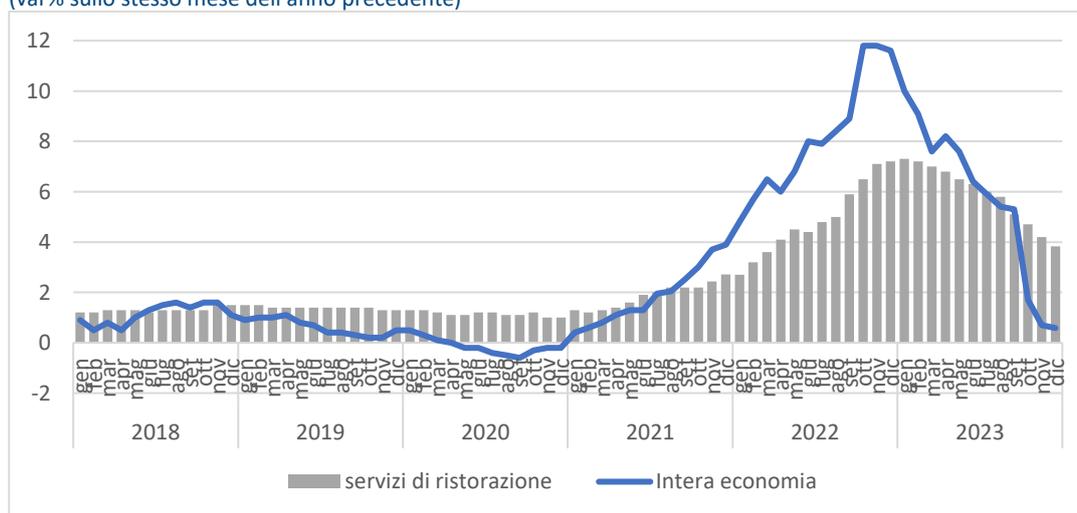


Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

Infine, nel 2023 i prezzi dei servizi di ristorazione sono cresciuti in media del 5,8%, un decimo di punto al di sopra del tasso d'inflazione generale. Tra i 27 Paesi dell'Unione, l'Italia è il paese che ha avuto uno dei più contenuti aumenti dei prezzi nella ristorazione.

Fig. 2.4 - Servizi di ristorazione

(var% sullo stesso mese dell'anno precedente)

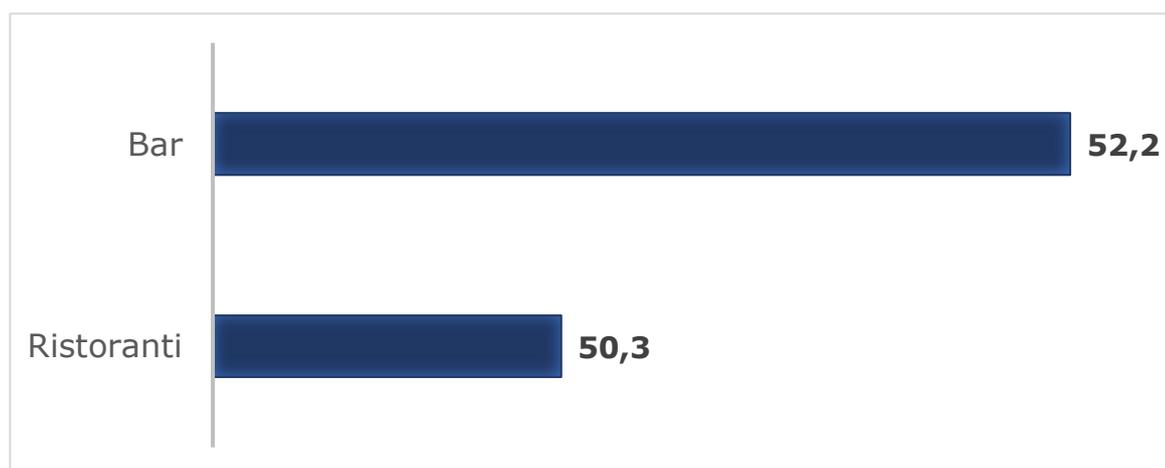


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

3. La propensione agli investimenti

Gli investimenti sono una risorsa decisiva per stare al passo con le trasformazioni in atto sospinte dalle transizioni energetica, ambientale e dall'innovazione digitale e tecnologica. Nel 2023, circa un imprenditore su due ha effettuato almeno un investimento, da destinare prevalentemente al rinnovo del parco attrezzature e al potenziamento degli strumenti digitali.

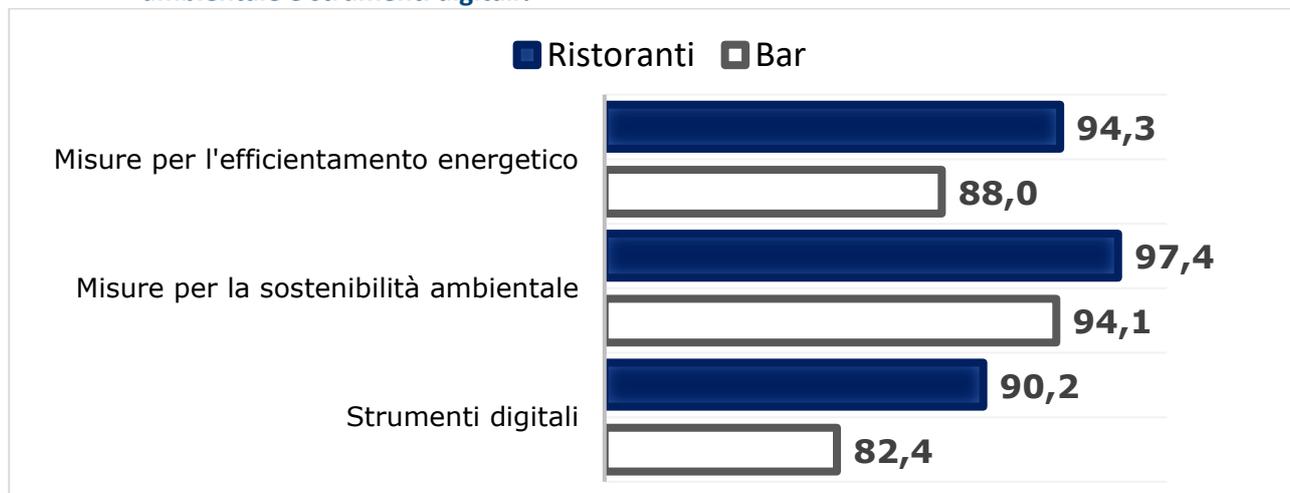
Fig. 3.1 – Il suo ristorante/bar ha effettuato investimenti nel 2023?



Fonte: Indagine Fipe - Format Research, 2024

All'interno del settore, efficientamento energetico, sostenibilità ambientale, digitalizzazione e nuove tecnologie sono già realtà. Infatti, circa 9 ristoranti e bar su 10 hanno adottato misure concrete per il controllo dei consumi energetici (utilizzo di lampade al led, apparecchiature ad alta efficienza energetica, ecc.) e il rispetto dell'ambiente (attenzione alla gestione dei rifiuti, utilizzo di prodotti locali e di stagione, lotta allo spreco alimentare, ecc.). Più dell'80% delle imprese ha introdotto uno o più strumenti digitali (rete wi-fi aperta, registratori di cassa evoluti, POS di ultima generazione, software gestionali, ecc.).

Fig. 3.2 – Il suo ristorante/bar ha introdotto misure per l'efficiamento energetico, la sostenibilità ambientale e strumenti digitali?

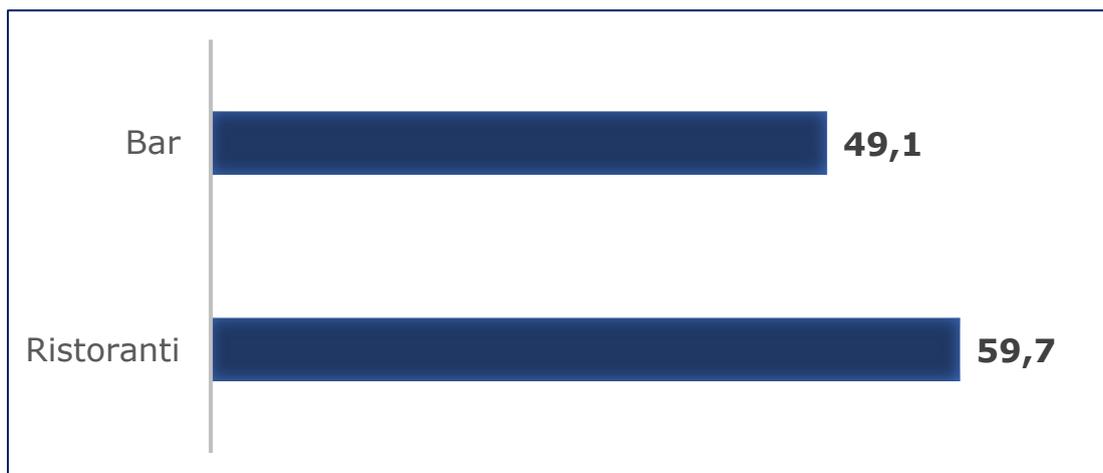


Fonte: Indagine Fipe - Format Research, 2024

Seppur consapevoli delle opportunità offerte dal digitale il tempo dei robot, in sostituzione o accanto al personale di sala, non è ancora arrivato. Solo per il 19,3% degli imprenditori del canale ristoranti tale soluzione migliorerebbe l'immagine del locale e susciterebbe curiosità, facendo vivere al cliente un'esperienza di ristorazione innovativa. Appena il 17,9% ritiene che migliorerebbe la velocità del servizio e ridurrebbe i tempi di attesa. Residuale è la quota di imprenditori secondo cui, memorizzando i dati del cliente, verrebbe offerto un servizio più personalizzato (14,1%).

In prospettiva, circa la metà degli imprenditori del canale bar e il 60% di quelli del segmento ristoranti dichiarano di avere in programma almeno un investimento nel 2024.

Fig. 3.3 – Il suo ristorante/bar ha in programma almeno un investimento nel 2024?



Fonte: Indagine Fipe - Format Research, 2024

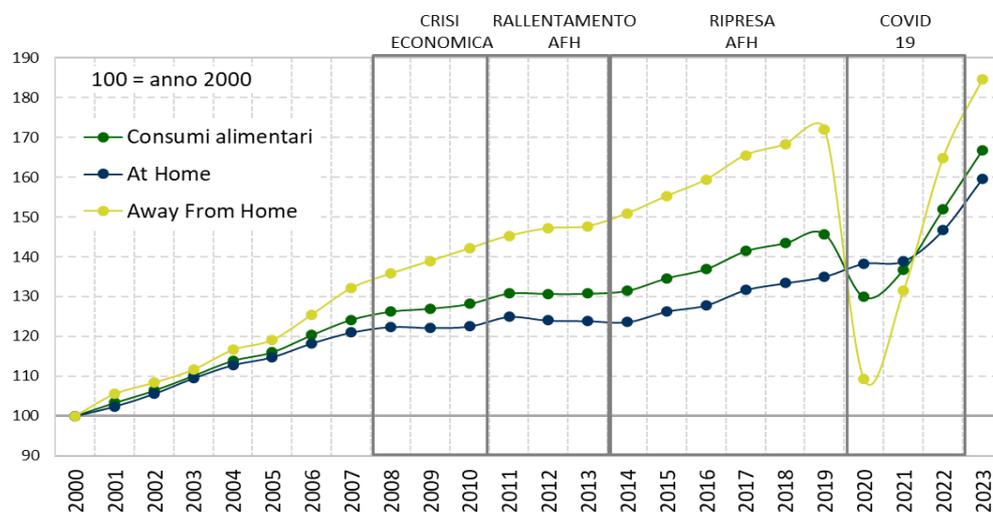
Se le imprese che hanno espresso l'intenzione di investire nel 2024 spendessero quanto hanno dichiarato di aver speso in media nel 2023 per i loro investimenti, si stima che per il 2024 l'ammontare complessivo della spesa per investimenti in queste imprese ammonterebbe a circa **4 miliardi di euro**. Al netto degli investimenti che poi saranno effettivamente realizzati da qui a fine anno, la stima dà contezza della spiccata propensione agli investimenti delle imprese e del loro potenziale valore economico. Al contempo, il dato accende una luce sull'importanza di accedere a misure che consentano alle imprese di ammortizzare almeno una parte delle spese da sostenere per gli adeguamenti e/o rinnovamenti necessari per svolgere al meglio la propria attività perché non tutto è possibile ricorrendo al capitale proprio o a linee di credito degli istituti bancari.

4. Consumi e consumatori

Nel complesso, i consumi alimentari in Italia sono stati nel 2023 pari a circa 287 miliardi di euro (195 miliardi di euro in casa e 92 miliardi di euro fuori casa).

Fig. 4.1 - Confronto tra l'andamento dei consumi *Away From Home* e *At Home* in Italia

(Trend 2000/2023 - valori correnti)



Fonte: elaborazione TradeLab su dati Istat

Il 2023 segna la definitiva ripresa del mercato dei consumi fuori casa con una crescita nominale del +7% sul del 2019. A prezzi costanti, tuttavia, questi consumi sono ancora sotto al livello del 2019 di sei punti percentuali.

Tab. 4.1 – Consumi alimentari FUORI CASA (AFH)

prezzi correnti e prezzi 2023 (Mln. €)

	2019	2020	2021	2022	2023*
Prezzi correnti	85.500	54.300	65.300	81.900	91.700
Prezzi 2023	97.800	61.400	72.600	86.600	91.700

Fonte: elaborazione su dati Istat (Contabilità nazionale) – le serie storiche sono soggette a revisioni

(*) stima Fipe

Di fronte all'inflazione, i consumatori non hanno ridotto i consumi fuori casa ma hanno modificato le proprie abitudini cercando soluzioni più *value for money* o occasioni più di gratificazione che funzionali. Al contempo, sul mercato *away from home* incidono la ripresa del turismo e la persistenza del fenomeno dello smart working.

I dati rilevati nell'ambito dell'analisi continuativa *AFH Consumer Tracking* di TradeLab mostrano come nel 2023 siano state complessivamente realizzate circa 8 miliardi di

visite nei luoghi del fuori casa. In particolare, rispetto al 2022 crescono gli aperitivi pre-pranzo (+7%) e serali (+5%), la colazione (+5%) e il pranzo (+3%). Se rimane sostanzialmente stabile il numero di visite per cena (+1%), pausa mattutina (+1%) e pomeridiana (-1%), sono in calo quelle per il dopocena (-12%). Nel complesso:

- per l'occasione del pranzo incide il recupero della componente lavoro e una parziale riduzione del fenomeno dello *smart working*;
- l'aperitivo ha tradizionalmente una valenza esperienziale e segna un recupero dei momenti di socialità, soprattutto per la generazione dei millennials;
- la colazione è l'occasione che ha subito meno l'impatto della pandemia, mantenendo visite abbastanza costanti nel tempo;
- il dopocena è ancora in difficoltà e soffre la mancanza di un target di frequentatori più giovani che probabilmente, con la pandemia, ha cambiato in modo sensibile le proprie abitudini di consumo.

5. I trend

Il processo di riduzione dell'inflazione è senz'altro la variabile macro-economica che segnerà maggiormente il 2024, condizionando anche il mercato della ristorazione. Gli operatori si troveranno di fronte alla scelta di mantenere i prezzi costanti, aumentando i margini, o diminuire i prezzi, puntando sui volumi.

Un altro trend rilevante per il settore è, a livello di offerta, la crescita del peso della ristorazione in catena, quasi raddoppiato nell'ultimo decennio. Le catene di ristorazione sono arrivate ad assorbire circa l'11% dei consumi delle famiglie in servizi di ristorazione, segnando quasi un raddoppio della loro quota rispetto al 2011. In un settore caratterizzato da elevata frammentazione (circa il 90% del mercato a valore è rappresentato da operatori indipendenti), le catene riescono a far leva su elevata dimensione e scalabilità per investire in marketing, offrire prezzi competitivi e adottare soluzioni digitali più avanzate rispetto agli operatori indipendenti. La scalabilità e la digitalizzazione offerte dalle catene hanno suscitato l'attenzione di numerosi investitori finanziari. Nel periodo 2018-2022, si sono concluse 28 operazioni di fusione e

acquisizione nel settore della ristorazione commerciale e ci si aspetta che questo trend continui anche nei prossimi anni.

A livello di domanda, si rileva una crescente richiesta di offerte specializzate, in grado di offrire un'esperienza di consumo specifica, personalizzata sulle esigenze dei vari segmenti di clientela. Da segnalare la cosiddetta "snackerizzazione" della domanda, ovvero la richiesta – soprattutto da parte della generazione Z – di prodotti più semplici al posto di pasti tradizionali, in linea con uno stile di vita che fa della velocità la sua cifra distintiva.

Da ultimo, con la sostenibilità che è diventata sempre più centrale per i consumatori, cresce anche la domanda di prodotti locali, naturali e rispettosi dell'ambiente. Fornire prodotti "buoni per il pianeta" e salutari può costituire oggi un vantaggio competitivo per gli operatori della Ristorazione. Ed è assai probabile che tutto ciò, nel medio-lungo periodo, diventi un requisito imprescindibile.

Non va poi trascurato l'impatto sul settore determinato dall'evoluzione tecnologica, che continua ad aprire nuove frontiere per migliorare l'efficienza operativa e l'esperienza del cliente, a cominciare dalle possibili applicazioni dell'Intelligenza Artificiale (AI) anche nelle imprese della ristorazione. L'AI nell'immediato, può offrire aiuto sia in compiti operativi che in decisioni strategiche. I primi consistono, ad esempio, nella traduzione automatica dei menù o dei siti web in diverse lingue, facilitando il servizio alla clientela internazionale. Come anche nella gestione degli ordini, delle prenotazioni e delle consegne tramite un centralino intelligente. Le seconde si realizzano, ad esempio, con la creazione di nuovi piatti o menù, favorendo l'innovazione e l'inclusione di nuove tendenze e preferenze alimentari (e.g., vegane o senza glutine).

Nel lungo termine, al contrario, potrà essere impiegata per monitorare gli inventari in tempo reale e prevedere la domanda di determinati ingredienti, consentendo ai ristoratori di ottimizzare gli acquisti e ridurre gli sprechi. Inoltre, potrà analizzare i dati dei clienti per consentire una personalizzazione più accurata dei menù e supportare l'ottimizzazione dei prezzi, utilizzando dati storici sulle vendite e le tendenze di mercato.