la Rassegna.it
Fondata nel 1906

7 Giugno 2019

Cool e con un tocco di esotico: ecco il ristorante del futuro

Dai piatti etnici, ai piatti ispirati a telefilm e cartoon, passando per i locali a tema. Ecco le tendenze della ristorazione che andranno per la maggiore nei prossimi mesi

Il mondo della ristorazione vive un momento di grande fortuna e di profonde trasformazioni. Secondo il neonato Osservatorio Ristorazione che racconta i trend del fuori casa, nel 2018 (dati anche di Fipe), con 85 miliardi spesi i consumi hanno toccato i massimi storici, e si sono affacciate tendenze che porteranno a nuove abitudini alimentari. Come la crescita dei ristoranti etnici, dei locali che fanno cibi da asporto e delle catene. Insieme all'ingresso crescente della tecnologia in cucina, questi fenomeni trasformeranno in modo radicale il concetto stesso di ristorante.

Benvenuta globalizzazione: l'imperativo in cucina oggi è contaminare

Senza rinnegare le ricette del territorio e i prodotti a km zero che finora hanno rappresentato il diktat ai fornelli, la cucina si apre alla contaminazione con tradizioni gastronomiche differenti. E questo vale sia per i prodotti che per le cotture. Le frontiere sono ormai permeabili ed è la cucina che osa quella vincente, perché il consumatore italiano under 35 cucina sempre meno e, quando esce, va spesso in cerca di sapori nuovi e di esperienze insolite.

Non solo sushi. Il giro del mondo nel piatto

Sushi, kebab, zighinì, tandoori, empanada, gyros, polpo alla galiziana, pokè (insalata hawaiana con pesce crudo marinato, tagliato a cubetti).

Dal giapponese al messicano le cucine dal mondo piacciono, soprattutto in città, e la tendenza è in crescita. Negli ultimi cinque anni i locali etnici sono cresciuti del 40% e alla fine del 2017 erano 22.608, il 6,78% del totale dei locali. Gusto e risparmio ci hanno fatto avvicinare ai gusti degli altri Paesi, in un melting pot che rappresenta una fusione di sapori, ma

anche di culture. Dopo il boom di sushi e sashimi, che ancora spopola, scopriremo le cucine orientali: dai piatti coreani, filippini e indonesiani, a quelli dai sapori decisi nordafricani e mediorientali – marocchini, tunisini, egiziani, libanesi, siriani e turchi.

Boom dei piatti «senza» e dei cibi funzionali

Senza carne, senza lattosio, senza glutine, salutari e con poche calorie. I consumatori sono sempre più consapevoli e attenti alla propria alimentazione. Nei menù, oltre ai piatti di carne e pesce, entrano così anche quelli veg e i prodotti energetici, i cosiddetti superfood, ovvero gli ingredienti che fanno bene all'organismo, come il miso, probiotico naturale che esalta la sapidità, permettendo di ridurre il quantitativo di sale.

Verso il piatto unico

Anche il menù cambia: la carta tradizionale lascia il posto a offerte più veloci e leggere, articolate al massimo in tre sole portate, sul modello internazionale: starter (spesso condivisa da più persone), piatto principale con contorni e dessert oppure percorsi degustativi fatti di tante piccole portate. Una tendenza che si sta già vedendo. Il dolce diventerà il momento più conviviale del pasto, in una nuova veste: costruito come un blocco unico "dolce-caffè-amaro".

Bevande con meno alcol

Nei bar si berranno vini biologici, naturali e leggeri e aumenterà il consumo di bevande analcoliche. I drink con gin e vodka lasceranno il posto a quelli con Prosecco, Vermouth e distillati botanici, come il Seedlip, fatto di erbe aromatiche e completamente analcolico. Bollicine e aperitivi rimangono dei cult e a Bergamo come nelle altre città del Nord lo Spritz Aperol andrà per la maggiore.

I ristoranti del futuro? Economici e informali ma di qualità

Secondo l'Osservatorio Ristorazione, con un potere d'acquisto medio in forte calo, è prevedibile che i consumi si andranno a concentrare nella fascia dei ristoranti economici. In particolare spopoleranno i locali a metà tra il ristorante classico e il fast food, con un'offerta gastronomica veloce ma di qualità, ambienti curati e servizio informale.

Cresce il cibo da asporto

Sempre più persone preferiscono consumare il pasto a casa invece che al ristorante. Il mercato del food delivery, senza contare il take away, nel 2018 valeva 1,1 miliardi in Italia. Il settore del cibo da asporto on line, secondo le stime di alcuni operatori del settore, è cresciuto in modo costante passando da 121 milioni nel 2016 a 350 milioni nel 2018 (+69%) e si prevede che raggiungerà i 590 milioni nel 2019. Con la comparsa di numerosi aggregatori e distributori di cibo a domicilio, arriveranno anche in Italia laboratori che producono cibo non aperti al pubblico che operano attraverso le piattaforme o che appartengono alle piattaforme stesse.

Ristorazione ovunque e a tutte le ore

Una volta se si usciva a mangiare la scelta era tra osteria, trattoria e ristorante. Poi sono arrivate le pizzerie. Ora le opzioni non si contano: bistrot, tavole calde, enoteche, agriturismi, senza dimenticare i locali che vendono un unico prodotto: hamburgerie, kebabberie, piadinerie, spaghetterie, prosciutterie. Il cibo inoltre si è spostato in luoghi nuovi e improbabili come librerie, negozi di alimentari, salumerie, pescherie e macellerie che hanno predisposto un angolo con tavoli e che stanno riscuotendo successo.

Il cibo diventa esperienza

I ristoratori dovranno ripensare il proprio locale non come erogatore di pasti, ma come fornitore di esperienze. Raccontare storie e tradizioni, creare esperienze diventano elementi di qualità per distinguersi e avere successo. Come insegna Starbucks che ha trasformato un prodotto semplice come il caffè in un elemento da cui partire per scoprire un'intera filiera produttiva, dal chicco alla tazza. Dall'esperienza culinaria multisensoriale ai ristoranti pop-up permanenti che consentono la rotazione di brand o chef, passando per le cene narrative e i ristoranti a tema cartoon e supereroi, le idee

sono tante. Anche nel nostro Paese ci sono esempi interessanti che via via si stanno diffondendo. Ad esempio i Bistrot Libreria RED che coniugano cibo e letteratura, eventi e intrattenimento in un ambiente famigliare e la catena Antica Focacceria San Francesco che celebra i piatti, i sapori e la tradizione della cucina siciliana, e, a Roma, il Movie Restaurant, quasi sempre sold out, che ospita in sala riproduzioni dei personaggi che hanno fatto la storia del cinema, dei cartoni americani e dei fumetti, da Terminator a Goldrake, dalla leggendaria spada laser di Luke Skywalker alle armi Uruk-hai del Signore Degli Anelli. Ovviamente anche il menù qui è a tema cinema. La pasta alla Carbonara diventa 'la pasta alla Carbonite', per un omaggio a Star Wars, e l'Amatriciana si chiama 'Amatrix'.

La tecnologia arriva in tavola

La tecnologia prenderà sempre più piede nei ristoranti e diventerà parte dell'esperienza gastronomica, con il doppio obiettivo di migliorare il servizio per il cliente e di aumentare la produttività del locale. Menù di realtà aumentata, app per fare l'ordinazione, postazioni con tablet e/o totem interattivi, fino ai tavoli digitali – grande trend del momento – vere e proprie stazioni di intrattenimento dotate di schermo touchscreen che permettono ai clienti di ordinare, giocare, pagare il conto, e in alcuni casi persino di vedere cosa succede in cucina e farsi i selfie; un servizio che piace soprattutto ai più piccoli e per i quali i genitori potrebbero essere disposti a pagare un extra pur di offrire uno svago ai figli durante i pasti. Nonostante in Italia in ambito ristorazione tali tecnologie stiano tardando ad affermarsi, alcuni ristoratori particolarmente innovativi, a partire dai fast food, stanno proponendo soluzioni simili.

La ristorazione è sempre più sostenibile

I consumatori vorranno sempre più essere informati a tavola, in particolare sui luoghi di produzione e gli ingredienti del cibo che mangiano. Nasceranno quindi nuovi concept di ristorazione con la propria produzione. Ristoranti e aziende alimentari, inoltre, non saranno più considerate solo per la bontà del cibo ma anche per il loro sistema di valori. Saranno premiate le attività che rispettano l'ambiente, i piccoli fornitori, il benessere degli animali, capaci di creare un posto di lavoro rispettoso e inclusivo e impegnate in attività solidali. Il mondo della ristorazione potrebbe rallentare e alcuni chef, anche nel nostro Paese, hanno già deciso di tenere aperto soltanto a cena e nei weekend. Ristoranti, catene di supermercati e produttori alimentari cercheranno di utilizzare sempre meno plastica e di ridurre la quantità di sacchetti e imballaggi e aumenterà il ricorso a imballaggi che derivano da materie organiche.

Dal passaparola a Instagram, come cambierà la scelta del ristorante

Un'indagine dell'agenzia di marketing RistoratoreTop contenuta nel Rapporto ed effettuata sui clienti di 500 ristoranti distribuiti tra Milano, Roma, Torino, Trento e Firenze, spiega con sorpresa che la scelta del ristorante oggi, come nell'era pre-internet, avviene per lo più con il passaparola (43,5%), seguito da Facebook (13,7%), Tripadvisor (13,3%) e Google (10,7%) e Instagram (7,9%). Ma a osservare ciò che sta avvenendo negli States è probabile che presto sarà Instagram il social network più utilizzato per il food.

Gadget e Playlist

I ristoranti cercheranno nuove idee per vendere e farsi conoscere, oltre al cibo. Ad esempio vendendo magliette o borsette con il proprio logo o rendendo disponibile su Spotify la propria colonna sonora o play list.

Pasti glitterati e app per mangiare bene

L'aspetto estetico delle pietanze diventerà ancora più importante. Negli Stati Uniti – che in fatto di tendenze fanno scuola – la catena Dag Foods ha lanciato una pizza ricoperta di glitter arcobaleno, sulla stessa scia Coffee by Di Bell ha inaugurato il cappuccino glitterato e la catena Lost Bread invita il cliente a partecipare al condimento del piatto: il franch toast che si può personalizzare con diversi sapori da iniettare con siringhe. Il trend sta conquistando anche Milano dove c'è un boom di locali rosa.

Sono inoltre sempre più le start up che propongono diete bilanciate e calibrate sulle esigenze di ognuno.

Fenomeno kosher e halal

Kosher e halal sono sinonimi di puro, etico, lecito: alimenti che si possono consumare perché conformi alle severe regole ebraiche e musulmane che prevedono che il cibo venga cucinato in un certo modo e che gli animali vengano macellati con il rituale Dhabihah per i musulmani, Shechitah per gli ebrei.

Ultimamente però questo stile di vita alimentare si “apre” a un pubblico di consumatori più vasto perché gli alimenti sono oggetti di controlli meticolosi e quindi vengono considerati sicuri.

Non è un caso che quest’anno per la prima volta a TuttoFood 2019 sono stati integrati TuttoKosher e TuttoHalal per rispondere alle nuove domande di consumo.

Scelta azzeccata visto l’aumento dei ristoranti, locali e strutture in Italia che offrono alimenti halal e kosher. Determinante anche la tendenza mondiale: secondo uno studio di Persistence Market Research (PMR) il mercato kosher e halal crescerà dell’11,6% entro il 2025; il dato indica che i consumatori sono interessati, più che al lato religioso, alla sicurezza garantita del cibo.

La Rassegna

https://www.larassegna.it/cool-e-con-un-tocco-di-esotico-ecco-il-ristorante-del-futuro/