

Formula del successo: qualità e velocità a prezzi convenienti

La crescente centralità delle food court nella concezione e nello sviluppo dei centri commerciali è una delle tendenze di maggior rilievo, almeno negli ultimi dieci anni. Il ruolo della ristorazione si sta, anzi, rafforzando. La concentrazione di diversi esercizi della ristorazione in un'unica zona o area, spesso configurata come piazza, è un fenomeno consolidato, che sta arricchendosi sempre più di contenuti di portata strategica. Come ha notato Roberto Pacifico nel suo intervento sul precedente Report di **MARK UP** dedicato a Eire: "a proposito di mix, uno degli elementi innovativi promossi dallo sviluppo delle moderne food court risiede nella valorizzazione di operatori più piccoli e focalizzati, indipendentemente dalla struttura organizzativa e dalla formula commerciale. È il portato di un processo di segmentazione inevitabile nell'evoluzione di un'offerta ristorativa partita da un'esigenza primaria di servizio, che si è accresciuta fino a costituire veri e propri bouquet multicolore e multispecialità. Uno sviluppo favorito anche per rispondere alle esigenze di un pubblico più eterogeneo, che vede nella ristorazione un momento di evasione e divertimento (leisure) e non solo di mero ristoro". Una sintesi esauriente. Vogliamo soltanto aggiungere qualche breve considerazione che si lega alla quotidiana esperienza sul campo di Spazio Futuro Group. Partendo dalla convinzione che *la capacità d'innovazione farà la differenza* per tutti gli attori della filiera. Adagiarsi sugli allori non è più possibile, soprattutto di fronte a un quadro socioeconomico in mutamento, e nel pieno di una congiuntura, come l'attuale, che esercita una forte in-



La food court dell'Antegnate Shopping Center

fluenza sui comportamenti d'acquisto. La crisi dei consumi investe l'intera industria degli shopping center e si riflette anche sulla spesa per i pasti fuori casa. La pressione competitiva è aumentata: ecco perché la selezione delle proposte e il livello qualitativo sono ora più che mai fattori decisivi.

RECUPERO DELLA TRADIZIONE

Le catene continuano a svolgere una funzione importante nel nostro paese, sia pure con quote di mercato più ridotte rispetto ad altre realtà europee (siamo al 7,7% in valore complessivo, secondo Gira Food Service, contro il 26% della Francia), anche per effetto della minore diffusione del franchising. I principali attori sono in grado di far valere una dimensione aziendale che consente di realizzare grandi investimenti in ricerca e sviluppo, beneficiando di economie di scala su vari piani. Le formule che riescono a garantire qualità e velocità a prezzi contenuti riscuotono maggiori consensi, ma la dimensione classica del fast food di prima generazione è superata. Anche la ristorazione veloce si orienta adesso verso un'offerta più articolata,

in ambienti più piacevoli. Due esempi ci vengono da Autogrill e McDonald's. Nel restyling che Autogrill ha condotto su Spizzico, spiccano il contenitore rinnovato sotto il profilo delle caratteristiche strutturali e cromatiche - con uso di legno chiaro e tonalità fucsia negli arredi, per creare locali più attraenti e rilassanti - l'ampliamento dell'offerta con spazio alle tipicità regionali in rapporto alla localizzazione del ristorante, l'inserimento di insalate e panini con prodotti italiani (speck, parmigiano). Anche McDonald's ha rinnovato le linee generali dell'immagine nei nuovi progetti, tutti orientati verso atmosfere più intime e accoglienti. In entrambi i casi, non si tratta di un taglio netto con il passato, ma di un riposizionamento che mira a una più frequente e prolungata fruizione da parte di consumatori attenti al portafoglio, ma che vogliono nello stesso tempo qualità e gratificazione al giusto prezzo.

Il recupero dei sapori autentici della tradizione è una delle tendenze più affermate e sta permeando anche il mix ristorativo delle gallerie. Torracchione, inaugurato ad Antegnate Shopping Center, è una delle realizzazioni più interessanti: ristorante e botteghe distribuiti su 1.000 mq riproducono un antico borgo, offrendo prodotti di alta qualità delle diverse tradizioni enogastronomiche regionali italiane, da degustare sul posto o da acquistare. Il tutto nella cornice di una ricca food court, strutturata da premium retail in modo tale da rappresentare non solo un magnete per il centro, ma un autonomo punto di riferimento per l'utenza del bacino, grazie anche all'apertura fino a mezzanotte.

Anna Momesso
Spazio Futuro Group