



# DAI LOCALI ICONICI ALLE GHOST KITCHEN, la food r-evolution di Spazio Futuro

**L**a forte specializzazione nel pilotage e nel contract, ma soprattutto la passione e l'esperienza ultra trentennale nell'ambito della ristorazione, gli sono valsi nel tempo incarichi prestigiosi per la realizzazione di locali con primari brand italiani e internazionali. Da un punto di vista istituzionale, gli sono stati conferiti l'incarico di presidente della Commissione Food e Food Court del CNCC durante il mandato di Massimo Moretti e, in seguito alle elezioni 2020, quello di supervisore dell'associazione nonché di supervisore della neo commissione Food & Leisure. **Roberto Bramati**, presidente di **Spazio Futuro Group** - il manager coglie l'occasione di questa intervista per ringraziare pubblicamente Roberto Zoia e lo staff del Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali per la fiducia accordatagli - oggi tra le altre cose è anche impegnato nel riprogettare gli spazi di ristorazione al tempo del Covid. Un'attività sartoriale fatta di accorgimenti, per rendere innanzitutto i locali sempre più sicuri dal punto di vista igienico sanitario, e di dettagli a forte impronta digitale. «La digitalizzazione abbinata al tema della sicurezza è uno degli aspetti che le catene stanno curando maggiormente, con l'obiettivo, ad esempio, di evitare il più possibile il contatto cassa-cliente. In questo senso, tra i progetti che stiamo portando avanti c'è la ridefinizione delle intere food court e food hall di primari centri

commerciali. La nostra idea è quella di permettere ai clienti di ordinare in galleria con degli appositi totem, per far sì che, una volta arrivati al ristorante, il vassoio sia già pronto e il conto pagato. Parallelamente, intendiamo creare un'app per gestire le prenotazioni non di un singolo locale, ma di tutta la food court del mall».

Ancora sul fronte della digitalizzazione, che la pandemia da Covid ha ulteriormente accelerato, l'altra frontiera su cui è impegnato Spazio Futuro è quello delle ghost kitchen, per le quali siamo stati coinvolti da **Dynamic Food Brands**, società specializzata in questa nuova formula di ristorazione con propri modelli di business, e avremo un ruolo importante ed esclusivo nella creazione e nel coordinamento delle prossime aperture.

Il vantaggio per le catene di ristorazione consiste nel posizionarsi all'interno di ghost kitchen che replicano l'esperienza delle food court dei centri commerciali, con la comodità di poter essere collocate sotto casa del cliente. Quella proposta è l'unica soluzione in grado di garantire performance sostenibili, grazie ad un modello di business fortemente aggregativo intorno al brand e l'expertise di Spazio Futuro in tal senso si rivela strategica. «Sono altrettanto certo che lo sviluppo della ristorazione classica continuerà - ha specificato Roberto Bramati - È vero che questa pandemia ha cambiato



ROBERTO BRAMATI,  
PRESIDENTE DI SPAZIO FUTURO

usi e costumi, non solo rispetto ai ristoranti ubicati nei centri commerciali ma anche per quelli in centro storico e direi in generale, tuttavia la clientela tornerà una volta che i locali potranno riaprire. Questo perché il ristorante è e rimarrà un luogo sicuro di incontro e di socializzazione. Aggiungo, però, che sempre di più sarà importante la leva della specializzazione, mentre l'offerta generalista continuerà a soffrire anche dopo il Covid».

E allo stesso modo, per il presidente di Spazio Futuro Group, il food nei centri commerciali non solo non perderà GLA ma tornerà a crescere appena i Dpcm lo consentiranno. Questo perché i mall sono diventati un luogo di aggregazione (non di assembramento), dove i bambini possono giocare, è sempre possibile passeggiare in un'area climatizzata, quindi fare colazione con gli amici e pranzare, vedere i negozi e fare la spesa. «A riconferma di ciò, dopo il primo lockdown questi luoghi sono tornati a riempirsi nuovamente».

Dulcis in fundo, il piano di sviluppo targato Spazio Futuro prevede nuove aperture con primarie catene. «Gli operatori che in questo momento stanno riprendendo lo sviluppo infatti sono società organizzate ovvero catene di grandi dimensioni e ben radicate sul territorio italiano che cercano di posizionarsi ove non ancora presenti». ■