



Il ristorante URBANO sceglie la FLUIDITÀ

di Sabrina Nunziata

LO SMART WORKING HA TRASFORMATO LA RISTORAZIONE, RIDUCENDO LA PAUSA PRANZO TRADIZIONALE E SPINGENDO DELIVERY E TAKE-AWAY. I RISTORANTI SI ADATTANO CON FORMAT FLESSIBILI, NUOVE APERTURE STRATEGICHE E OFFERTE MIRATE A COPRIRE L'INTERA GIORNATA.

Negli ultimi anni, il settore della ristorazione cittadina ha subito profondi cambiamenti, spinti dall'introduzione dello smart working e dalle nuove abitudini dei consumatori. Un mutamento che si è manifestato in primis nel momento della pausa pranzo, quello spicchio temporale in cui i lavoratori che non vogliono rimanere in ufficio si riversano più o meno abitualmente nelle strade in cerca di un luogo per consumare il pasto. Se da un lato l'introduzione del lavoro agile ha ridotto l'esperienza in-store, dall'altro ha portato a un consolidamento di delivery e take-away, ripensando tanto gli spazi dei ristoranti quanto la geografia delle nuove aperture.

CONSOLIDAMENTO DEL DELIVERY

"Il mondo della ristorazione è cambiato profondamente con l'introduzione dello smart working, che continua ad avere un impatto significativo", spiega a *Pambianco Wine&Food Magazine* Antonio Civita, CEO di **Panino Giusto**, insegna della ristorazione casual dining che ha archiviato il 2024 con ricavi in crescita a 32 milioni di euro, contro i

25,8 milioni dell'anno precedente. "Abbiamo assistito a una riduzione dell'esperienza in presenza, bilanciata però dalla crescita di delivery e take-away. Il fatturato complessivo si è mantenuto stabile, ma le commissioni delle piattaforme di consegna hanno inciso sulla redditività, rendendo necessaria una revisione delle operations per migliorarne l'efficienza".

Dello stesso avviso è **Elisa Pagliarani**, direttore generale di **Poke House**, realtà da oltre 100 milioni di euro di ricavi nel 2024 (a livello di vendite totali, invece, il gruppo, che vanta una rete di oltre 180 punti vendita in dieci Paesi, ha superato i 130 milioni). "Soprattutto nelle grandi città - spiega la manager - abbiamo visto una modifica nei flussi a causa dello smart working in primis, che ha portato sempre meno lavoratori a riempire i ristoranti nelle pause pranzo, soprattutto in alcuni giorni della settimana, come il venerdì. Questo, dall'altra parte, ha portato a un consolidamento sempre maggiore del delivery, dopo l'exploit del periodo Covid".

FLUIDITÀ DEL FORMAT

In quest'ottica, diventa lungimirante ripensare i ristoranti esistenti in funzione delle nuove abitudini, con spazi progettati per una fruizione più fluida e multifunzionale. "I format più versatili - quelli capaci di integrare in modo intelligente le aree

dedicate al delivery, al servizio on the go e alla classica consumazione al tavolo - sono oggi i più resilienti e in crescita", osserva **Giacomo Racugno**, CEO di **Augusto Contract**, azienda di arredamento e general contractor specializzata nel settore hospitality & foodservice nell'area Emea. "Il cliente percepisce questa flessibilità come un elemento ormai indispensabile, in linea con le sue nuove abitudini di consumo". Un esempio concreto, spiega Racugno, è l'evoluzione dei mobili cassa, progettati su misura non solo per accogliere il packaging selezionato dal brand per il delivery e il take-away, ma anche per adattarsi perfettamente ai gesti e alle routine operative del personale. Oltre a questi aspetti, ci sono nuove esigenze da considerare: come la possibilità di effettuare il check-out in autonomia tramite monitor, anche mentre si partecipa a una call, o l'uso di elementi fonoassorbenti che permettono di organizzare brevi meeting durante la pausa pranzo. Fino ad arrivare a un livello di personalizzazione estrema del piatto, reso possibile da layout di cucina flessibili, progettati per adattarsi a flussi di lavoro sempre più variabili.

FATTORE SPAZIO-TEMPO

Così come cambiano le abitudini, anche la geografia delle nuove aperture si trasforma e si adatta. "Ci sono aree che sono diventate più attrattive rispetto al passato", afferma Racugno. "Lo smart working è ormai



Da sinistra, due proposte food rispettivamente di Panino Giusto e Poke House in apertura, uno store di Panino Giusto





Stendhal Milano farà il bis nel capoluogo lombardo: dopo il ristorante di Brera (in foto) aprirà Bistrot in CityLife

parte integrante delle prassi aziendali e, di conseguenza, per le grandi città il focus non è più solo sulle aree limitrofe alle università e ai grandi uffici, ma sempre più anche sulle zone ai confini delle aree residenziali e dei centri storici, che beneficiano anche dell'affluenza turistica".

A Milano, nella zona di CityLife, la gastronomia milanese Peck (che nel capoluogo meneghino conta oggi due negozi dislocati tra via Spadari 9 e via Tommaso Salvini 3) ha chiuso il proprio punto vendita dopo sei anni di attività. Durante questo periodo, Peck si aspettava di servire a pieno regime la clientela business che lavorava nelle Tre Torri e i residenti dei nuovi edifici circostanti. Tuttavia, come spiegato dall'azienda, l'afflusso non è stato sufficiente, anche a causa delle nuove regole di lavoro agile. Questa situazione ha favorito il ristorante meneghino **Stendhal Milano** che, nella location lasciata vacante, aprirà a maggio il **Bistrot**. "Vogliamo intercettare il pubblico che lavora a CityLife - spiega il proprietario e fondatore **Marcello Forti** - offrendo colazioni di lavoro e business lunch studiati per garantire massima qualità in tempi rapidi, ideali per chi ha poco tempo ma non vuole rinunciare a un'esperienza gastronomica di livello". Per la sera, invece,

"immaginiamo che la stessa clientela possa sceglierci per un aperitivo, mentre per la cena puntiamo a diventare un punto di riferimento per i residenti della zona". Il nuovo locale conserverà l'essenza dello storico ristorante di Brera (via Ancona, angolo via San Marco), reinterpretandola in chiave più contemporanea - inserendo per esempio elementi di intrattenimento come la musica o proponendo un'offerta ispirata alle tapas - per adattarsi al meglio alle varie esigenze della giornata.

Intercettare diversi pubblici in base ai momenti di consumo delle differenti fasce orarie è la strategia messa in campo anche da Panino Giusto che, se da un lato ha notato un calo di affluenza in alcune zone del capoluogo lombardo - per esempio in Largo Carobbio - a causa della riduzione della presenza di grandi uffici, dall'altra potenzia la propria offerta in diversi spicchi della giornata. "Stiamo investendo molto nel segmento *all day long*, ma è il serale a rappresentare la maggiore opportunità di crescita (il pranzo rappresenta la fetta più ampia del business ad oggi pari al 65%, ndr)", spiega Civita. "Per questo, puntiamo a potenziare aperitivo e cena, con un'offerta più ampia e una particolare attenzione alla cocktail experience, grazie alla creazione di drink esclusivi".