# Mixer



\*\*\*\*\*\*\*

Fuoricasa: quattro trend

per il 2022

Sostenibilità, tecnologia, salute e design: questi sono i capisaldi di un'ospitalità che ritorna ricca di novità di servizio e di prodotto, utili a soddisfare le esigenze del "nuovo cliente"



I fuoricasa è pronto a tornare, più agguerrito che mai. The Npd Group per il 2022 prevede un balzo avanti dei consumi del +33,9% di visite e +33,2% di spesa rispetto al 2021, per un totale di 62 miliardi di euro. Non proprio ai livelli del 2019, ma ci stiamo arrivando. Qualcosa però cambierà. Due anni di riflessioni hanno evidenziato luci e ombre di un settore reduce da un lungo periodo di successi e grandi soddisfazioni e costretto a un subitaneo quanto inaspettato stop. Le aziende, nel frattempo, non sono state ferme, hanno riflettuto e ideato prodotti e servizi in grado di incontrare le nuove esigenze di un cliente trasformato. Un'anteprima la si è vista lo scorso ottobre a HostMilano, che, come ogni due anni ci ha fornito uno sguardo sul futuro, reso tangibile dal panorama dei prodotti premiati da SMART Label, Host Innovation Award, il concorso di Fiera Milano e HostMilano in collaborazione con POLI. Design, Consorzio del Politecnico di Milano e con il patrocinio di ADI - Associazione Italiana per il Disegno Industriale.

Certamente l'abitudine a mangiare o bere fuori ormai diffusa in ampie fasce di popolazione non svanirà, e lo vediamo già ora. La domanda che tutti si fanno però è: come sarà il futuro? Semplicemente, alcune tendenze che già esistevano nel pre-pandemia saranno più importanti che mai. Ne abbiamo individuate quattro, incrociando le novità di prodotto con il rapporto della società di ricerche di mercato internazionale Euromonitor International che evidenzia le tendenze che motiveranno il comportamento dei consumatori del 2022.

58



Ritaglio stampa Testata: Mixer

Pagina: 60-62

Diffusione: 126000 Data: Aprile 2022



## NATURA E GREEN

Iniziamo, e non poteva essere altrimenti, dai Cambiamenti climatici: secondo Euromonitor "L'eco-ansia e l'emergenza climatica guidano l'attivismo ambientale verso un'economia Net Zero. Nel 2021 il 67% dei consumatori globali ha cambiato le proprie azioni quotidiane per favorire l'ambiente".

L'ultima conferma viene da una ricerca di HelloFresh che ha esplorato le tendenze di ricerca su Google in riferimento alla Pasqua, scoprendo che anche in una festa tradizionalmente "carnivora" sono aumentate del 40% le richieste di menu completamente vegetariani: un'opzione che ormai nessun imprenditore, al ristorante come al bar, può permettersi di ignorare.

Alle soluzioni che hanno puntato sulla sostenibilità è dedicata la Green SMART Label, ottenuta la scorsa edizione da Castelmac (Smart and Green Ice Maker), DIHR-Ali Group (per la lavapiatti verticale Twin Star Double Face), Epta (vetrine Visualis Eurocryor with Adaptive System), Skymsen (Db-10 Potato Peeler), Moretti Forni (serieS S50E) e Pedrali (per la seduta Remind recycled grey), Soluzioni che alleggeriscono l'ambiente e spesso anche l'operatore nel lavoro di tutti i giorni.

#### SALUTE E SICUREZZA

La salute e la sicurezza restano in cima alle preoccupazioni: "Nel 2021, il 76% dei consumatori globali per uscire di casa ha preso precauzioni per la salute e la sicurezza".

Tavoli all'esterno e spazi vivibili all'interno, meglio se ingentiliti da pareti verdi, sono una caratteristica che i consumatori continueranno a cercare.

Unisce ecologia e igiene ad esempio la Smart Label i.ScoopShower di LOELSBERG per i porzionatori per gelato, mentre MEIKO ha ideato una macchina per lavare le bottiglie, di vetro e plastica, rispondendo all'esigenza di evitare le opzioni usa e getta mantenendo l'igiene.

# TECNOLOGIA AL CENTRO

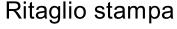
La tecnologia amica è ricercata oggi, secondo Euromonitor, dai fautori del Movimento Metaverso in cerca di "ecosistemi digitali immersivie in 3D". Nonostante gli annunci roboanti difficilmente il 2022 sarà l'anno del metaverso, anche se McDonald's ha già registrato un marchio per "un ristorante virtuale con beni reali e virtuali e consegna a domicilio" e per "concerti reali e virtuali online e altri servizi di intrattenimento" all'interno del suo McCafe virtuale. Mentre a New York l'anno prossimo aprira Fyfish Club, il primo ristorante basato sui non fungibile tokens: per accedere bisognerà investire in NFT dai 13mila ai 29mila dollari. Una club super esclusivo per paperoni digitali.

Da non sottovalutare c'è anche la categoria emergente degli Anziani digitali che, dopo essersi avvicinati al digitale per necessità durante la pandemia, ora lo padroneggiano e cercano servizi online:









Testata: Mixer Pagina: 60-62

Diffusione: 126000 Data: Aprile 2022





delivery ma anche prenotazioni, menu digitalizzati eccetera. Addio Ok, boomer?

La tecnologia entrerà sempre più in cucina per sopperire ai problemi di personale e alleviare i cuochi dai compiti più gravosi, alleggerendo il conto economico.

Soluzioni tecnologiche avanzate sono state premiate con la Innovation SMART Label: Heylo di Carimali, aëralab di Iberital, T&S WaterWatch di T&S e MULTI.Day HOT VACUUM di Unox intendono portare l'innovazione nei loro campi a un nuovo livello, dal trasporto dei cibi alla realizzazione di caffe, schiuma di latte o ottimizzazione dell'uso di acqua.

### DESIGN ED EXPERIENCE

Infine, largo a design e creatività: la vogliono e la cercano i Backup Planners che trovano soluzioni creative per acquistare i loro prodotti preferiti ma anche i Pursuit of Preloved a caccia di oggetti unici, accessibili e sostenibili. Come quelli visti a HostMilano a ottobre: in un tripudio di colori, forme avvolgent e nuovi materiali che hanno concretizzato quella voglia di uscire, respirare aria nuova e divertirsi, in poche parole la voglia di fuoricasa che ci aspettiamo contraddistinguerà la prossima stagione.



## APPROCCIO GREEN E NUOVE MODALITÀ DI CONSUMO: IL CAFFÈ ALZA L'ASTICELLA

Caffe concentrato per creare varie bevande calde e fredde, focus sul self-service e il caffè a casa, ma anche il ritorno negli uffici e dei grandi eventi: al rientro sono in molti a pensare che gli occhi saranno puntati sul caffè. Con l'asticella che si alza sulla ricerca di qualità e una maggiore varietà.

"Sempre più consumatori sono disposti a pagare un prezzo più alto per un maggior valore percepito in tazza che deriva da una migliore qualità del caffè e da una migliore esperienza nelle caffètterie. I consumatori stanno diventando sempre più qualificati ed esigenti" dice Estel Gast, Export Manager di Le Piantagioni del Caffè, torrefattore che sin dal 1994 punta sugli specialty coffèe.

Le aziende sono pronte: "Gran parte delle aziende del settore non hanno lesinato negli ultimi due anni investimenti ed energie per portare sul mercato nuove idee e prodotti e ci auguriamo il 2022 sia finalmente l'anno in cui raccoglierne i frutti" spiega Carlo Barbi, Ceo di ClubHouse che a HostMilano ha presentato una innovativa tazza con doppia parete in porcellana con camera d'aria, per creare una nuova esperienza degustativa.

Nuovi prodotti ma anche attenzione al green, come conferma Andrea Clerici, Group Commercial Director Cimbali che a Host Milano ha presentato il Manifesto della Sostenibilità: "Nel 2022 il nostro focus sarà sulla sostenibilità ambientale: promuovere lo sviluppo di pratiche sempre più sostenibili – e in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite - verso i nostri consumatori che ogni giorno entrano in contatto con i nostri prodotti è un percorso irrinunciabile per aziende come Gruppo Cimbali".

# BICCHIERI, UN OGGETTO INTIMO TRA DESIGN E FUNZIONALITÀ

Un oggetto intimo, a contatto con la bocca che va scelto con cura, ma anche un oggetto divertente che aumenta il piacere di un gesto quotidiano come quello di bere un bicchiere d'acqua o un cocktail. Il bicchiere è un oggetto talmente essenziale al bar che non sempre gli si dedica la giusta attenzione.

Le ultime tendenze nel campo? "Coniugare gli aspetti pratici, come la facilità di lavaggio, con un design distintivo, nel nome della sostenibilità" dice Roberto Pierucci, AD di RCR Cristalleria Italiana che ha ottenuto la Smart Label per il bicchiere Tattoo Mule. "Oggi calici e bicchieri devono occupare uno spazio contenuto, andare bene per tutte le occasioni e aggiungere valore all'arredo. Anche locali e bar devono necessariamente ottimizzare lo spazio dietro al bancone, per favorire le aree di consumo. Il mercato ricerca prodotti multifunzionali in grado di coprire tutti i momenti di consumo della giornata".

Il catalogo con i vincitori di SMART Label, Host Innovation award 2021 si trova al link: https:// host.fieramilano.it/content/dam/man-host/ eventi/host-catalogo-smartlabel-2021-10-07low.pdf





Testata: Mixer Pagina: 60-62

Diffusione: 126000 Data: Aprile 2022

