

Piata din România a serviciilor de mâncare gatita va atinge valoarea de 20 de miliarde de lei, în 2021 (analiza)



Piata de food service din România va ajunge la valoarea de 20 de miliarde de lei, dublu fata de situatia din acest an, dar în scadere cu 20% comparativ cu 2019, arata datele analizate de Hospitality Culture Institute.

Conform datelor centralizate, piata de profil care cuprinde activitatea de restaurante standard, fast-food, cafenele, cantine, pub-uri si supermarketuri nu va mai fi influentata doar de evolutia pandemica, ci si de o serie de factori pozitivi care tin si de strategia de business.

"Antreprenorii si investitorii din industria ospitalitatii s-au adaptat si gasesc în fiecare luna metode noi de a-si tine business-urile în picioare. Sectorul HoReCa se pregateste pentru o revenire cu adevarat în V în 2021, punctul de jos fiind iarna aceasta. Industria ospitalitatii nu poate sa scada mai jos de atât, acesta reprezentând, în acelasi timp, un moment ideal pentru cei ce doresc sa investeasca în sector. Principalii vectori de crestere ai pietei de food service în 2021 vor fi dezvoltarea delivery si take-away si deschiderea interioarelor si a restaurantelor hotelurilor care au fost închise 6 luni, anul acesta", a declarat Florin Maxim, fondator al Hospitality Culture Institute.

Sectorul de livrari reprezinta, în acest an, 50% din totalul pietei de food service, fata de doar 10% cât se consemna în 2019. Calculele realizatorilor cercetarii arata ca, în 2021, ponderea va fi de 30%, în contextul în care celelalte sectoare de activitate vor creste ca pondere.

Potrivit Hospitality Culture Institute, criza a împartit jucatorii din industrie în trei categorii: antreprenorii care s-au luptat sa-si tina brandul în piata si în permanent contact cu consumatorii, identificând solutii si oportunitati de vânzare, investitorii pe care iarna i-a luat prin surprindere si care nu vor reusi sa redeschida în primavara viitoare, pentru ca au consumat toate resursele de vointa si bani, dar si antreprenorii care au închis operatiunile la începutul pandemiei si care vor deschide în 2021 sub alt brand, o formula noua si care vor reprezenta pepiniera pentru noua HoReCa.

În viziunea realizatorilor analizei de piata, marii câstigator ai crizei vor fi restaurantele mici, "love brandurile" care s-au reinventat si au trecut la take-away si delivery si care vor câstiga cu 30-40% mai mult decât înainte de criza, dar ca profitabilitate, nu în functie de cifra de afaceri.

Hospitality Culture Institute a lansat editia a IV-a a cercetarii nationale de food&drinks service si editia a II-a a celui mai mare studiu pe domeniul turismului din România si sindicalizeaza cele doua studii pâna pe data de 15

decembrie 2020.

Cercetarile se vor realiza în cinci orase din România (Bucuresti, Timisoara, Cluj, Iasi si Brasov), cu peste o mie de interviuri telefonice.

Hospitality Culture Institute reunește lideri din ospitalitate, profesioniști din diverse industrii, arhitecți, reprezentanți media, antreprenori și manageri. Cele mai importante proiecte ale organizației sunt: Conferința Națională a Industriei Ospitalității, Romanian Hospitality Awards, National Food Service Research și Intimate Roundtable Conversations.