



Gault & Millau

L'expert gourmand

lansează

BAROMETRUL RESTAURANTELOR DIN ROMÂNIA

Ediția I

BUCUREȘTI, AUGUST 2020
PROIECT SUSȚINUT DE NESPRESSO PROFESSIONAL – PARTENER AL GASTRONOMIEI FINE DIN ROMÂNIA

NESPRESSO
PROFESSIONAL

Cu o comunitate de ~300 de restaurante selectate de o echipă de evaluatori independenți, folosind o metodologie internațională, și cu o tradiție de peste 60 ani în gastronomie, Gault&Millau își continuă eforturile de sprijinire a sectorului HoReCa din România prin lansarea Barometrului Restaurantelor Gault&Millau.

În această perioadă cu multe incertitudini, o serie de întrebări necesită răspunsuri pentru a înțelege mai bine situația sectorului și a sprijini o revenire sustenabilă a acestuia:



Care sunt principalele provocări ale restaurantelor



Ce măsuri au întreprins acestea în ultima perioadă



Cum se vor ajusta modelele de business



Care sunt principalele așteptări ale restaurantelor față de publicul larg

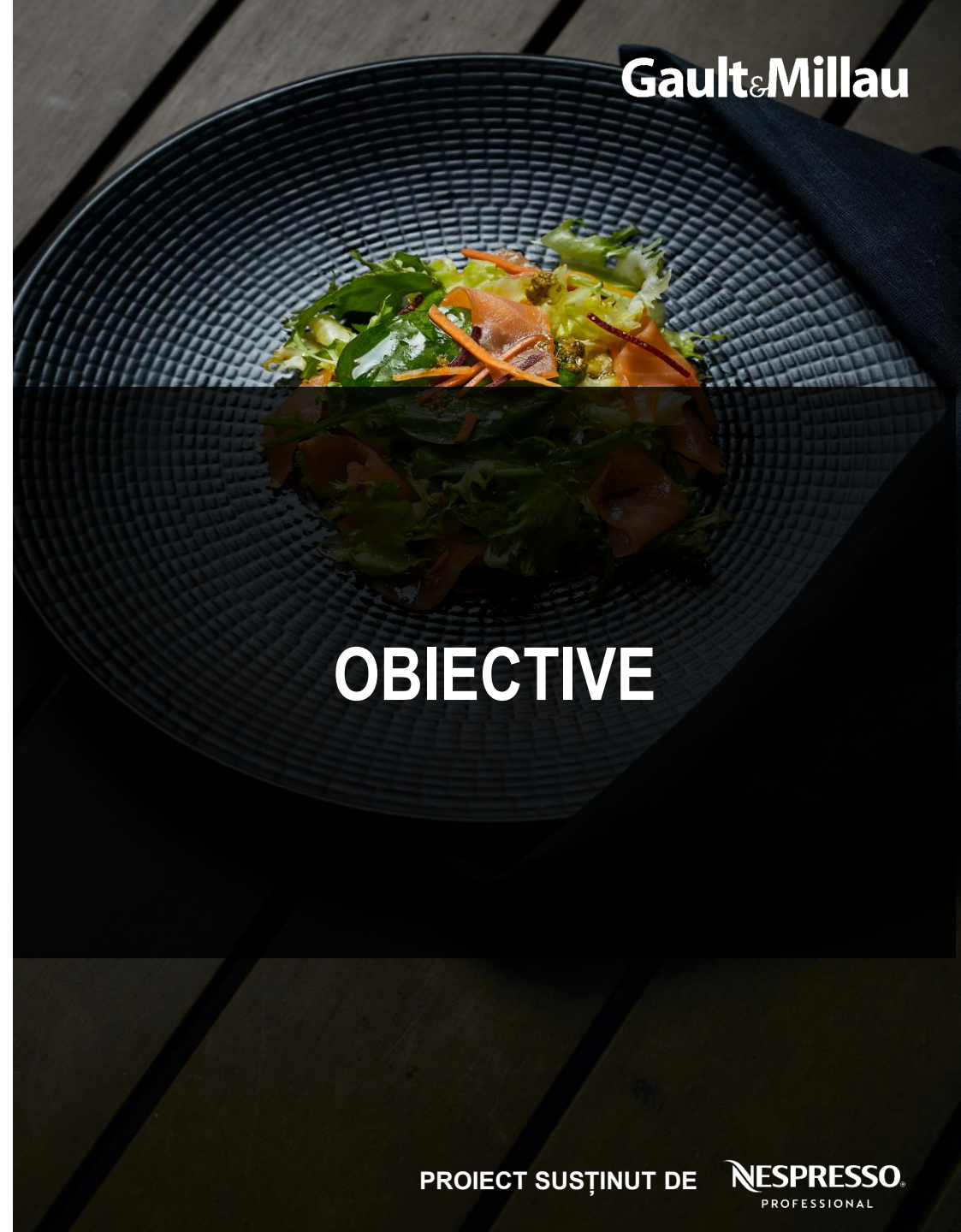


Cum a evoluat cifra de afaceri a acestora și care este nivelul de încredere



Care este prognoza de afaceri pe termen scurt

Barometrul restaurantelor Gault&Millau țintește să ofere răspunsuri la aceste întrebări, folosind ~100 de chestionare și interviuri cu restaurantele din comunitate, analize cantitative și calitative ale evoluției pieței și know-how-ul dezvoltat în ultimii ani.



OBIECTIVE

SUMAR

Indexul de încredere este la 37 / 100 puncte, însă reziliența și adaptabilitatea restaurantelor sunt premisele revenirii acestui sector



Presiunea pe venituri este împovărătoare și ~15% din restaurantele din comunitatea G&M nu s-au redeschis până acum, cu toate acestea, 46% din restaurante se declară încrezătoare în supraviețuirea business-urilor și în următoarele 3 luni

Impactul până acum este major: cifra de afaceri a fost puternic afectată – 87% din restaurante au înregistrat venituri în T2 2020 la un nivel de cel mult 75% față de T2 2019, iar așteptările de recuperare pe termen foarte scurt sunt limitate



Totuși, o ușoară îmbunătățire a veniturilor este așteptată în T3 2020 vs. T2 2020 (28% din restaurante estimează o evoluție a veniturilor în T3 2020 similară sau chiar peste T2 2020)



Traficul redus de clienți rămâne principala provocare momentan (menționat de 81% din restaurante), dar nu este singura



Restauratorii se așteaptă ca bonul mediu să se diminueze (58% din respondenți), iar clienții să comande mai mult acasă (49%), să petreacă mai puțin timp în restaurant (44%), să respecte regulile de siguranță (58%) – sectorul vede schimbări semnificative în comportamentul clienților, o parte din ele fiind și oportunități ce pot fi valorificate



În tot acest context deja solicitant, restaurantele au reacționat rapid și prevăd schimbări adiționale până la stabilizarea unui nou model de business sustenabil



Cu toate acestea, restaurantele doresc să continue procesul de informare și educare a clienților, în special în zona de calitate și produse locale



Scorul de 37 / 100 reprezintă o sinteză aspră, însă corectă a contextului sectorului, așa cum este văzută de antreprenorii acestui domeniu. Cazurile de restaurante care depășesc media sunt puține, iar nivelul ridicat de incertitudine, funcționarea la capacitate redusă, traficul redus de clienți, costurile în creștere, precum și măsurile impuse de autorități pun presiune constantă pe restaurante de mai bine de 5 luni.



Sub 20% din restaurantele din comunitatea Gault&Millau nu s-au deschis încă și unele nu se vor mai deschide nici după permiterea oaspeților în interiorul restaurantelor. Acest număr poate însă evolua negativ în funcție de contextul macro-economic și social general, dar și în funcție de durata de timp până la redeschiderea completă. Cu toate acestea, atmosfera este marcată de incertitudine, combinată cu o ușoară încredere la nivel declarativ, cu 42% dintre respondenți neputând estima evoluția afacerii în următoarele 3 luni, dar cu 46% declarându-se încrezatori/ foarte încrezatori în business-ul lor.



În pofida unei context extern deosebit de dificil, mulți antreprenori din sector și bucătari-șef au dat dovadă atât de reziliență, cât și de adaptabilitate și reușesc prin măsurile întreprinse să diminueze pe cât posibil impactul crizei și să încerce să păstreze din evoluția pozitivă a acestui sector din ultimii 3-4 ani.

INDEXUL DE ÎNCREDERE ESTE LA 37 / 100 PUNCTE, ÎNSĂ REZILIENȚA ȘI ADAPTABILITATEA RESTAURANTELOR SUNT PREMISELE REVENIRII ACESTUI SECTOR



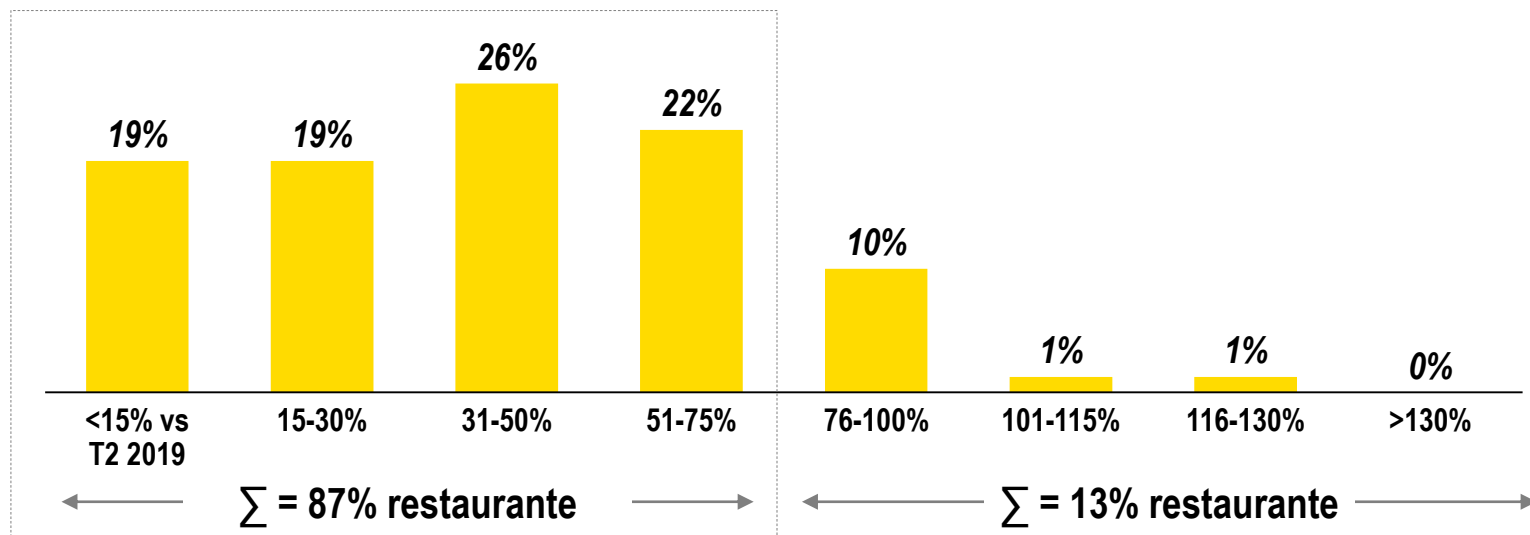
Comparativ cu performanța înregistrată în 2019, evoluția cifrei de afaceri este, după cum era de așteptat, semnificativ negativă. Majoritatea restaurantelor au înregistrat în T2 2020 o cifră de afaceri la un nivel de cel mult 75%, comparativ cu T2 2019, iar așteptările pentru T3 sunt și mai rezervate.

Pentru a se putea discuta despre atingerea nivelurilor din 2019, este necesară reluarea activității complete a restaurantelor (e.g. echipe complete, utilizare spațiu interior de servire), dar și păstrarea unor obiceiuri de consum similare din partea clienților. 2021 poate reprezenta un prim pas în această direcție, însă este încă fundamental legat de evoluția viitoare a Covid-19.

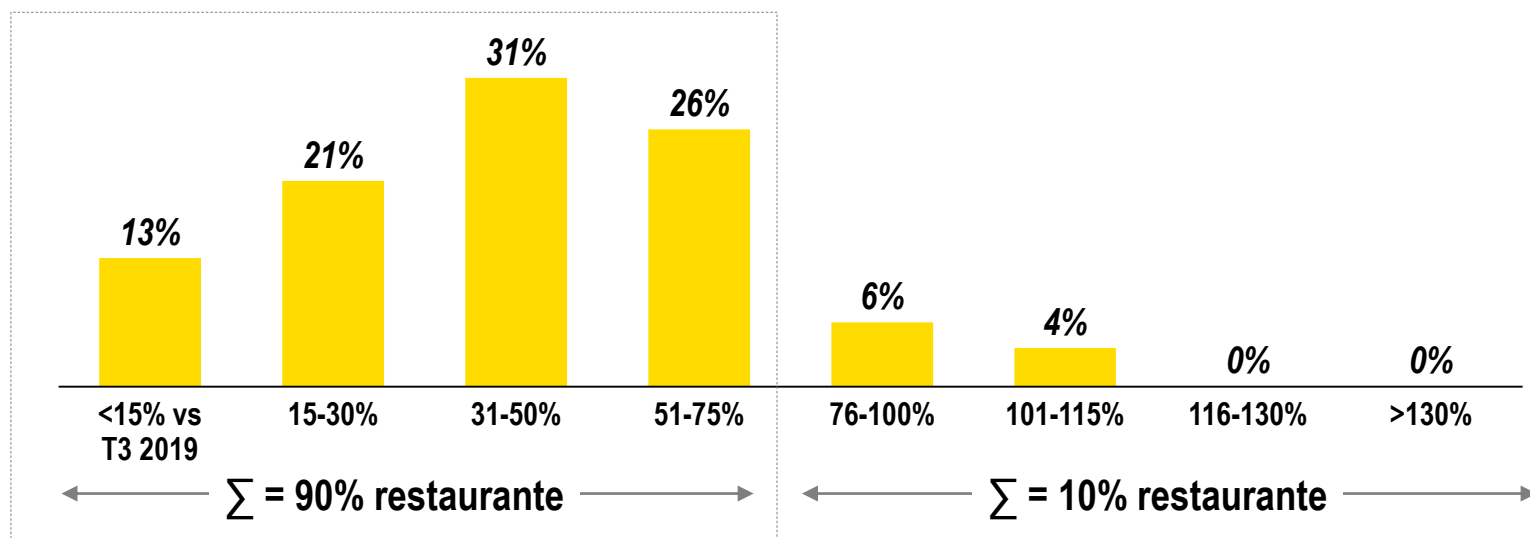
**IMPACTUL PÂNĂ ACUM
ESTE MAJOR: CIFRA
DE AFACERI A FOST
PUTERNIC AFECTATĂ
FAȚĂ DE 2019, IAR
AȘTEPTĂRILE DE
RECUPERARE PE
TERMEN FOARTE
SCURT SUNT LIMITATE**

EVOLUȚIA CIFREI
DE AFACERI A
RESTAURANTELOR
vs. 2019, [%
respondenți]

VENIT REALIZAT T2 2020 vs T2 2019, [%]



VENIT ESTIMAT T3 2020 vs T3 2019, [%]



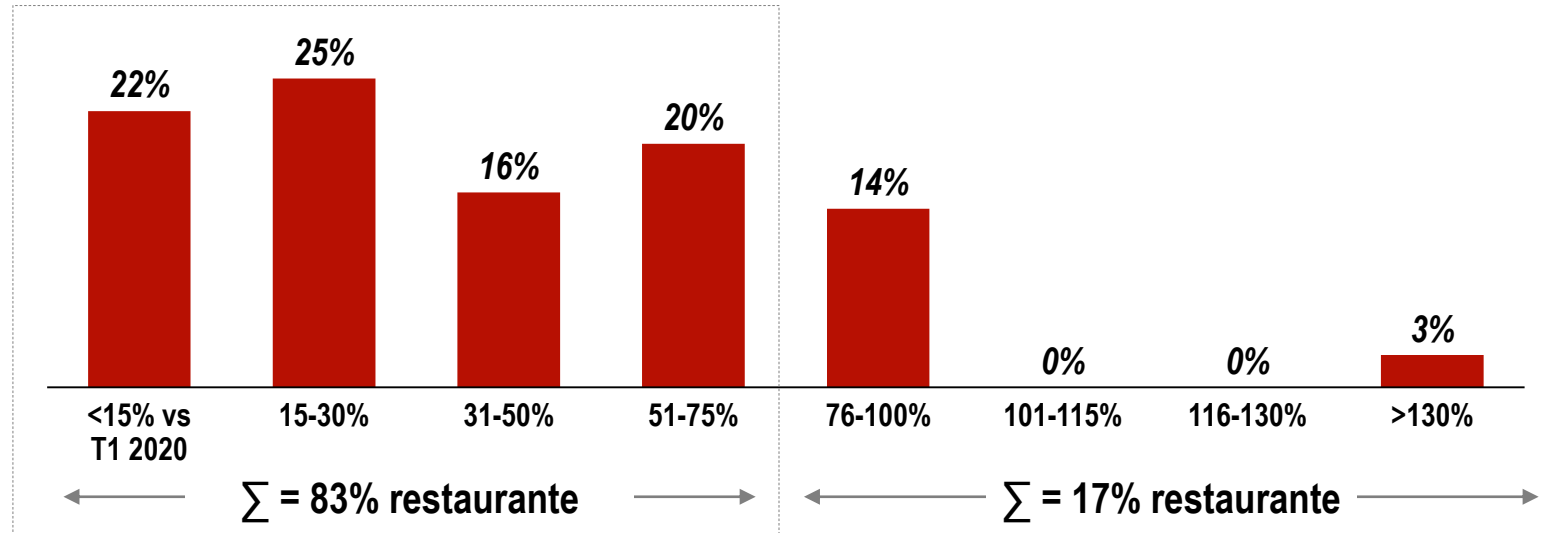


Deși T2 2020 a fost mult sub primele luni ale acestui an, o ușoară îmbunătățire este așteptată din partea restaurantelor în următoarele 3 luni (iulie – septembrie 2020) față de T2 2020 (aprilie – iunie 2020), pe fondul finalizării perioadei de ajustare la noile modele de operare și reducerii (sperate) a numărului de cazuri noi Covid-19. 28% din restaurante estimează o evoluție a veniturilor în T3 2020 similară sau peste T2 2020.

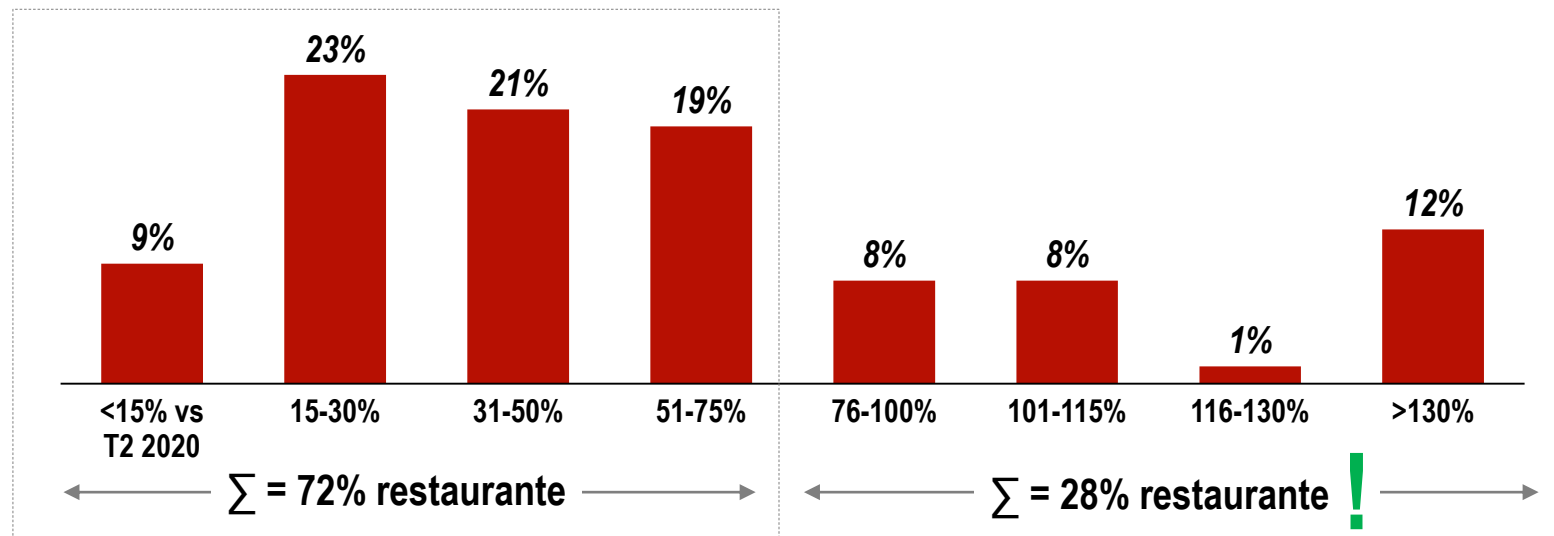
**O UȘOARĂ
ÎMBUNĂTĂȚIRE A
VENITURILOR
ESTE
AȘTEPTATĂ ÎN T3
2020 vs. T2 2020**

**EVOLUȚIA CIFREI
DE AFACERI A
RESTAURANTELOR
vs. 2020, [%
respondenți]**

VENIT REALIZAT T2 2020 vs T1 2020, [%]



VENIT ESTIMAT T3 2020 vs T2 2020, [%]



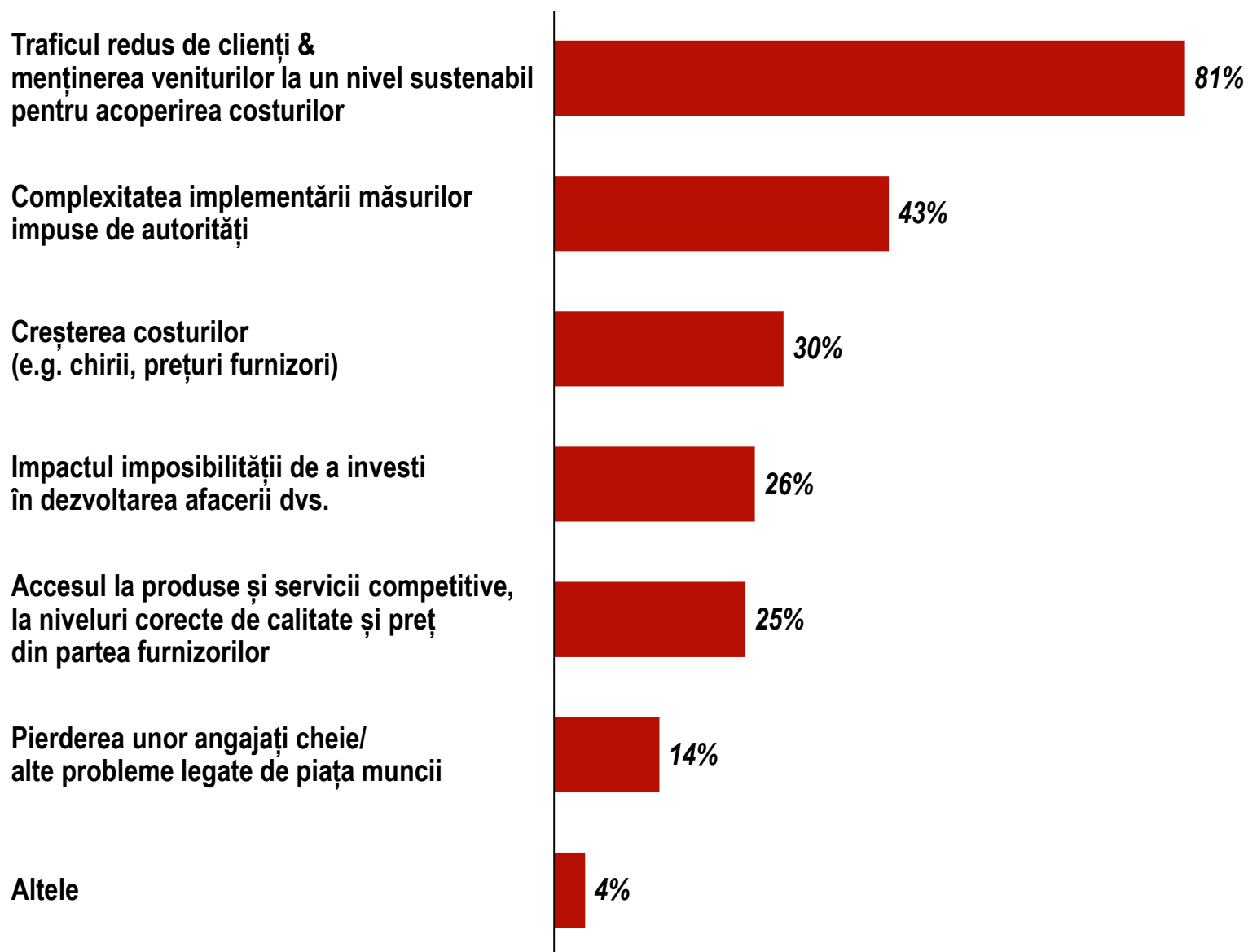
**TRAFICUL REDUS DE
CLIEŢI RĂMÂNE
PRINCIPALA PROVOCARE
MOMENTAN, DAR NU
ESTE SINGURA**



În următoarele 3 luni este de aşteptat ca traficul redus de clienţi să rămână principala provocare (menţionată de ~80% din respondenţi), urmată de complexitatea implementării măsurilor de siguranţă impuse de autorităţi (43%), creşterea costurilor (e.g. chirii – mai ales dacă în starea de urgenţă au fost renegociate, preţuri furnizori; 30%) şi de imposibilitatea de a investi în dezvoltarea afacerii (26%).



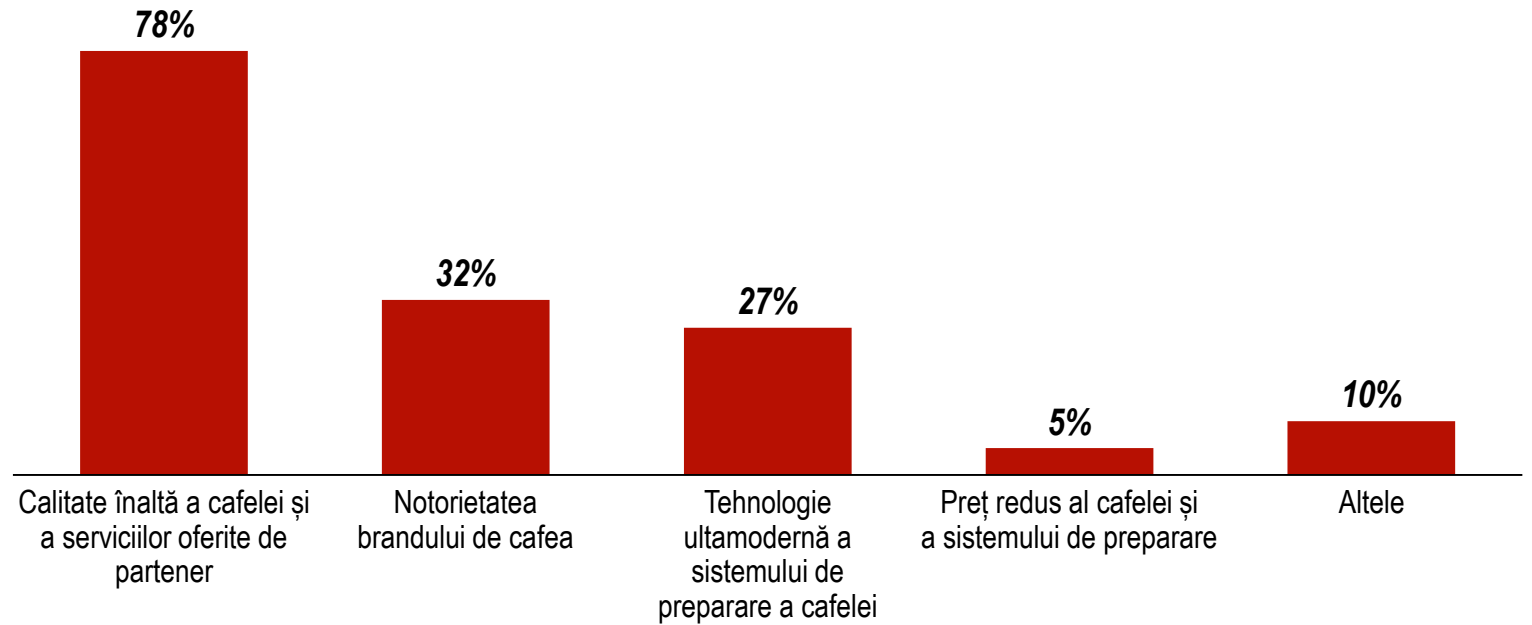
Problema forţei de muncă are o importanţă redusă relativ la provocările mai sus menţionate, însă ea este o preocupare continuă pentru antreprenorii din restaurante, care observă acum – pe lângă fenomenul exodului în afara ţării a persoanelor din această industrie şi pe cel al recalificării profesionale şi migrării către cu totul alte industrii. Veniturile angajaţilor din restaurante au scăzut considerabil în perioada aceasta, iar o mare parte din echipă a devenit redundantă întâi în perioada în care bucătăriile au fost deschise doar pentru livrare, iar acum în contextul numărului limitat de oaspeţi de la terase.



PRINCIPALELE PROVOCĂRI ALE RESTAURANTELOR ÎN URMĂTOARELE 3 LUNI, [% respondenți]

ATENȚIA ACORDATĂ
PRODUSELOR
FOLOSITE DE CĂTRE
RESTAURANTE ESTE
VIZIBILĂ ȘI ÎN
ALEGEREA
FURNIZORULUI DE
CAFEA

CRITERII ALEGERE PARTENER DE CAFEA ÎN RESTAURANTE, [% RESPONDENȚI]



“O cafea excepțională are rolul de a amplifica în mod real experiențele culinare, Nespresso fiind recunoscut pentru obsesia excelenței și pentru faptul că a ridicat degustarea cafelei la rang de artă în peste 750 de restaurante fine dining din întreaga lume. Calitatea excepțională a cafelei Nespresso este rezultatul unei planificări atente, începând de la recoltarea cireșelor de cafea și până în momentul savurării. Finețea detaliilor aduce un plus de valoare restaurantului dumneavoastră, iar oferirea unei cafele Nespresso le va face cu siguranță cea mai bună impresie oaspeților dumneavoastră.” *Sonia Năstase, Business Executive Officer, Nespresso*

**RESTAURATORII SE
AȘTEAPTĂ CA BONUL
MEDIU SĂ SE
DIMINUEZE (58%
respondenți), CLIENȚII
SĂ COMANDE MAI
MULȚ ACASĂ (49%) ȘI
SĂ PETREACĂ MAI
PUȚIN TIMP ÎN
RESTAURANT (44%)**



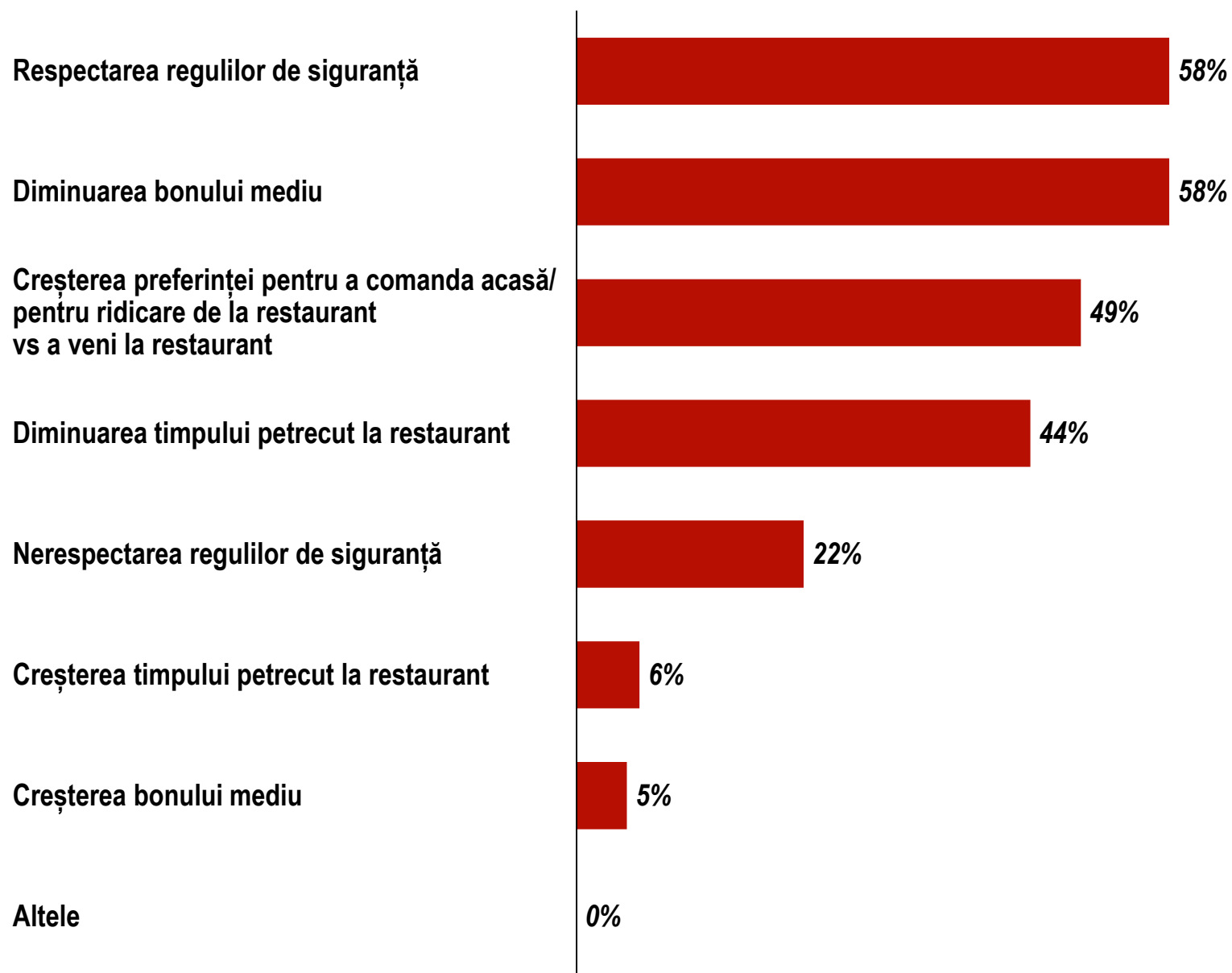
Experiența din restaurante a devenit una mai rece, tranzacțională – pe fundalul temerilor legate de Covid-19. Curiozitatea despre proveniența ingredientelor, recomandări, sugestii de asocieri de vinuri și, în general, dorința de a dialoga cu ospătarii sau bucătarii a scăzut considerabil. În majoritatea lor, oaspeții petrec mai puțin timp la restaurant și sunt mai precauți în timpul vizitei. Există totodată și un segment tot mai vizibil de clienți care încearcă negocierea regulilor de siguranță – iar timpul și energia necesare din partea restaurantelor pentru a soluționa aceste situații sunt considerabile.

În același timp, avem exemple de restaurante cu comunități loiale de clienți dinainte de pandemie, care s-au mobilizat impresionant în sprijinul restaurantelor prin: intensificarea comenzilor/ vizitelor la restaurant, aprecieri verbalizate direct sau în social media, disciplină crescută cu privire la onorarea rezervărilor, răbdare crescută pentru imperfecțiunile inerente în această perioadă, respectarea regulilor în timpul vizitei.

Toate aceste modificări de comportament pot fi o oportunitate pentru restaurante – organizarea perioadei de deschidere în două sau mai multe servicii, de exemplu, cu cina servită între intervale fixe de timp, de fiecare dată cu rezervare înainte – ar putea reduce complexitatea operațională, în timp ce ar stabiliza sau chiar crește veniturile și ar răspunde nevoii clienților de a avea mai multă certitudine în timpul vizitei.

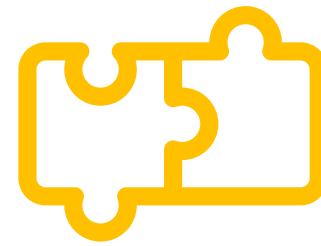
Creșterea frecvenței de a comunica despre măsurile de siguranță luate sau a oricăror aspecte care modifică experiența obișnuită ar putea elimina din temerile de a vizita acel restaurant și crește satisfacția clienților.

Meniurile de degustare, un element încă deloc comun în România, ar putea, la rândul lor, să ducă la creșterea bonurilor medii, aducând în același timp o experiență mai bogată a oaspeților, cu așteptări de dinainte setate.



**AȘTEPTĂRI LEGATE DE
COMPORTAMENTUL
CLIENTILOR ÎN
URMĂTOARELE 3 LUNI
[% respondenți]**

ÎN FAȚA ACESTOR NOI
PROVOCĂRI,
RESTAURANTELE AU
REAȚIONAT RAPID ȘI
PREVĂD SCHIMBĂRI
ADIȚIONALE PÂNĂ LA
STABILIZAREA UNUI NOU
MODEL DE BUSINESS
SUSTENABIL



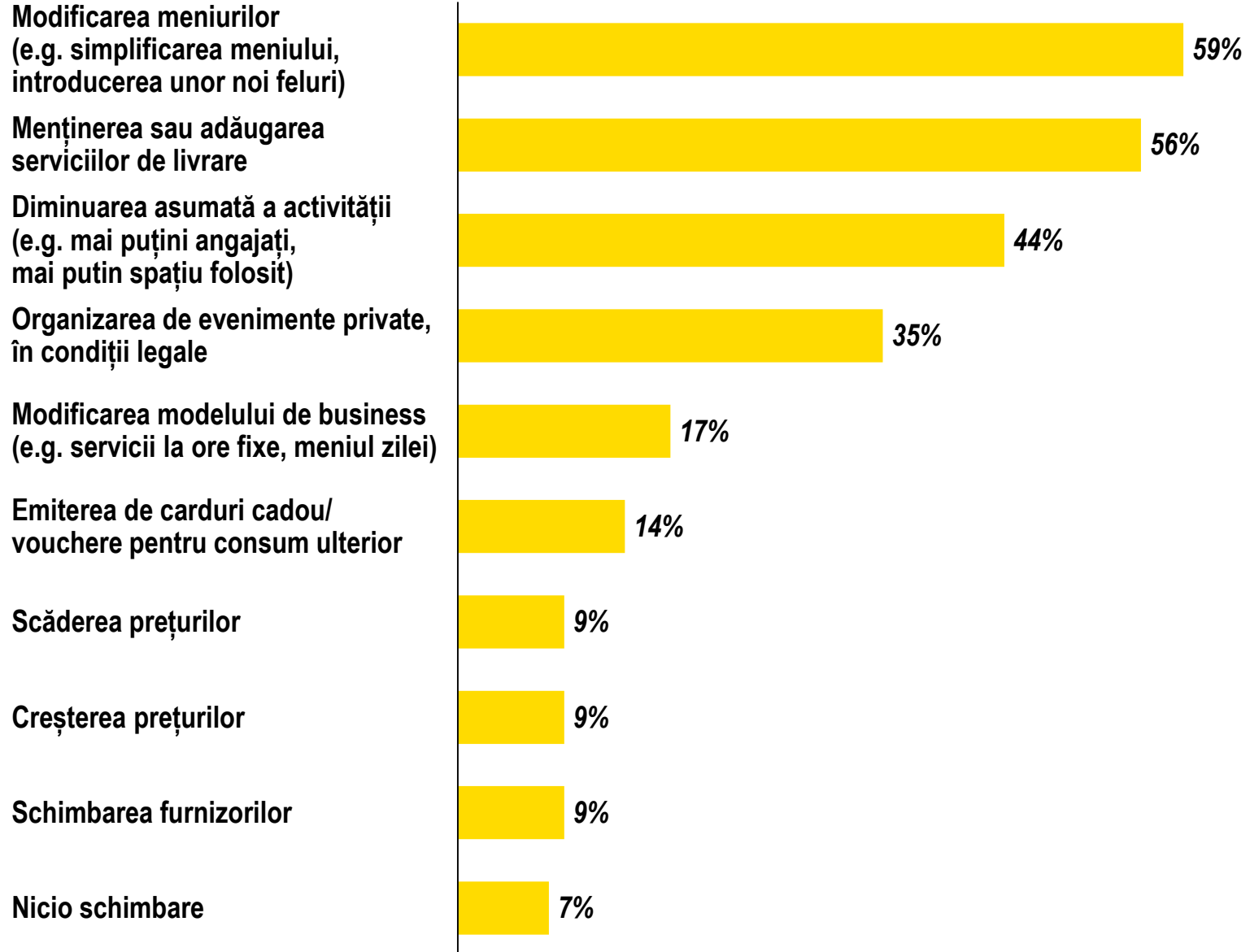
La începutul crizei, restaurantele au întreprins o serie de acțiuni, care le-au permis multora să continue activitatea. Pe lângă măsurile de asigurare a siguranței echipelor și clienților, acestea au decis rapid să își deschidă sau extindă activitatea de livrare mâncare (fie cu echipe proprii, fie în parteneriat cu platforme de livrare), au început să ofere meniuri la preț fix, au renegociat relațiile comerciale cu proprietarii de spații sau furnizorii și au redimensionat echipele, adesea cu modificări de rol pentru membrii acestora.



Una dintre cele mai importante modificări în peisajul gastronomic este că în acest moment, **59%** din restaurantele respondente au declarat că au modificat sau vor modifica meniurile (introducere noi feluri de mâncare, simplificare listă feluri propuse).

Adițional, **56%** vor menține sau adăuga serviciile de livrare, **44%** își vor diminua asumat activitatea (e.g. mai puțini angajați, mai puțin spațiu folosit), iar **35%** se vor reorienta și spre evenimente private. Este interesant de observat cum **doar 17%** prevăd scăderi sau creșteri de prețuri, evidențiind mai degrabă o ajustare strategică a modelului de business, decât capacitatea și/sau disponibilitatea de a ajusta calitatea și de a schimba politica de prețuri.

**SCHIMBĂRI CE VOR FI
IMPLEMENTATE DE
RESTAURANTE ÎN
URMĂTOARELE 3 LUNI,
[% respondenți]**





În consecință, restaurantele analizate doresc în continuare ca publicul larg să afișeze o creștere a interesului pentru calitatea ingredientelor folosite (67%), precum și a interesului pentru gustul oferit, mai degrabă decât pentru celelalte elemente (54%). În același timp, restaurantele apreciază că ingredientele folosite și calitatea serviciilor, alături de terasă, prestigiul bucătarului-șef și calitatea terasei sunt cei mai importanți factori de decizie pentru clienți în alegerea restaurantului.

Aceste concluzii evidențiază, încă o dată, existența unei pătri consistente de restaurante care speră, cu sprijinul publicului larg, să continue traiectoria pozitivă pe care s-a lansat gastronomia românească de câțiva ani și să reușească să treacă cu bine peste această perioadă.

**RESTAURANTELE
DORESC SĂ CONTINUE
PROCESUL DE
INFORMARE ȘI
EDUCARE A
CLIENTILOR, ÎN
SPECIAL ÎN ZONA DE
CALITATE ȘI PRODUSE
LOCALE**



Concluziile din Barometru se bazează pe ~ 100 de chestionare și interviuri efectuate cu reprezentanți (bucătari-șef, manageri, proprietari) ai restaurantelor din comunitatea Gault&Millau din peste 10 orașe din România, analize cantitative și calitative ale pieței, precum și pe know-how-ul dezvoltat în ultimii ani.

Barometrul va fi actualizat trimestrial, încercând cu fiecare ediție să surprindă cele mai relevante aspecte din evoluția sectorului.

Indexul de încredere a restaurantelor poate lua valori între 0 și 100, unde 0 reprezintă lipsa încrederii și o evoluție foarte slabă a afacerii în ultimele 3 luni, iar 100 reprezintă încredere deplină și evoluție foarte bună a afacerii și este compus din 5 întrebări referitoare la evoluția istorică recentă a afacerii, nivelul general de încredere și evoluția așteptată.

Proiectul #maideparte lansat de Gault&Millau România este un concept umbrelă pentru o serie de inițiative și parteneriate care sprijină restaurantele și cramele din comunitatea Gault&Millau să meargă mai departe.

Barometrul Restaurantelor un proiect #maideparte, așadar este una din formele prin care sprijinim restaurantele și echipele lor să aibă o voce comună și puternică despre provocările și așteptările lor. Totodată, rezultatele acestui studiu sunt o manieră de a menține viu interesul publicului larg pentru gastronomia din România care acum, mai mult ca niciodată, are nevoie de susținerea celor care caută, ca și noi, experiențe memorabile în jurul gustului.



Gault & Millau



METODOLOGIE

DESPRE GAULT&MILLAU



Gault&Millau este primul ghid gastronomic internațional lansat pe piața românească. Ghidul a fost publicat mai întâi în Franța acum 50 de ani de doi jurnaliști pasionați de gastronomie – Henri Gault și Christian Millau. În timp, ghidul a cunoscut un succes internațional, Gault&Millau fiind acum prezent în peste 20 de țări și 5 continente.

Prezent în România din 2017, Gault&Millau își propune explorarea bucătăriei locale prin evaluarea calității, creativității și autenticității descoperite în restaurantele locale, lansând deja 2 ghiduri de restaurante (2018, 2019), un ghid de vinuri românești (2019), precum și o platforma digitală integrată:

<https://go-mio.ro/>





Gault&Millau

L'expert gourmand

**Pentru mai multe detalii despre despre Barometrul Restaurantelor și
Gault&Millau România ne puteți contacta la
stefan@gault-millau.ro sau (0742) 78 11 74.**