

The background of the entire page is a photograph of an outdoor restaurant patio. In the foreground, there are several potted plants, including a large green plant with yellow flowers on the left and a variegated plant at the bottom. In the middle ground, there are tables with white tablecloths, wicker chairs, and closed patio umbrellas. The background shows the building facade of the restaurant with large windows and a balcony.

Gault & Millau

L'expert gourmand

lansează

BAROMETRUL RESTAURANTELOR GAULT&MILLAU DIN ROMÂNIA







Ediția III – T1 2021

BUCUREȘTI, AUGUST 2021
PROIECT REALIZAT ÎN PARTENERIAT CU

NAZZURO
Aqua

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.

Gault&Millau

OBIECTIVE

PROIECT REALIZAT ÎN PARTENERIAT CU

NAZZURO
acqua

SUMAR



Indexul de încredere a restaurantelor Gault&Millau a crescut la 49/ 100 – măsurat în luna iunie 2021 (cel mai ridicat scor înregistrat în primele 3 ediții, începând cu T2 2020), pe fundalul unor așteptări bune pentru T2 2021 – 75% din respondenți se declarau încrezători sau foarte încrezători în evoluția business-urilor lor în următoarele luni, în pofida unor rezultate financiare slabe înregistrate în T1 2021 vs T4 2020 sau vs. perioada similară din 2020



Continuând tendința înregistrată în T4 2020, T1 a marcat o nouă scădere a veniturilor restaurantelor, cu 72% dintre acestea având o cifră de afaceri la maxim 75% față de trimestrul precedent, însă parte din impact a fost generat și de restricțiile de funcționare impuse de autorități

Aproximativ o treime din restaurante (32%) așteptau o creștere a veniturilor în T2 2021, pe fundalul scăderii numărului de cazuri noi de Covid19, a relaxării restricțiilor de funcționare, dar și a creșterii vizibile a interesului clienților pentru ieșitul la restaurante, însă negativ influențate de condițiile meteo. Așteptările pentru anul 2021 sunt ridicate, cu ~40% din restaurante așteptând o revenire la un nivel de afaceri similar cu 2019, iar >55% prevăd o îmbunătățire vs 2020, însă sub 2019

După un an 2020 cu multe modificări, modele de business par să se stabilizeze și în general să revină la abordarea pre-pandemie, cu anumite modificări care par să fie încetățenite (e.g. preocupare mai ridicată pentru livrări decât înainte, simplificarea meniurilor, reducerea numărului de furnizori)



Totuși, modificarea meniurilor devine o constantă (menționată de 62% din restaurante și la această ediție), evidențiind în același timp o maturizare a pieței și o ajustare la produsele sezoniere disponibile, în timp ce livrările vor fi păstrate, iar 38% din restaurante vor organiza și evenimente private, în condițiile legale



Traficul redus de clienți rămâne principala provocare în continuare și pentru T2, însă cu un impact în scădere (menționat de 51% din restaurante), în timp ce pierderea unor angajați cheie este deja resimțită pe fundalul reluării unui nivel ridicat de activitate (46%), iar creșterea costurilor este pentru prima dată menționată în mod extins (40% din restaurante)



În ceea ce privește așteptările legate de comportamentul clienților, restauratorii anticipau creșterea preferinței pentru a veni și a petrece timp în restaurant (47%), dar și scăderea bonului mediu (26% în scădere vs. 60% la ediția precedentă)



Indexul de încredere a crescut la 49 / 100 puncte față de 37 / 100 în ediția precedentă (T4 2020) și față de 34 / 100 la ediția T3 2020 și evidențiază optimismul în creștere a restaurantelor din comunitatea Gault&Millau, dar nu numai. Ca și la precedentele ediții, încrederea declarată în evoluția business-urilor în următoarele 3 luni (parte din scorul agregat) este peste media de 49 a indexului, atingând chiar un nivel record (79 / 100), în pofida rezultatelor financiare slabe înregistrate în T1 2021. De altfel, toate elementele constituente ale mediei de 49 sunt în creștere, mai puțin evoluția veniturilor în T1 2021 vs T4 2020, comparativ cu prima ediție a Barometrului.



Pe fundalul ridicării restricțiilor de funcționare și a creșterii interesului clienților de a ieși din nou la restaurant (în special la terasă, dar și la interior), piața marchează un potențial punct de inflexiune către o revenire la niveluri de business sustenabile, aproape chiar de nivelul pre pandemie din 2019.

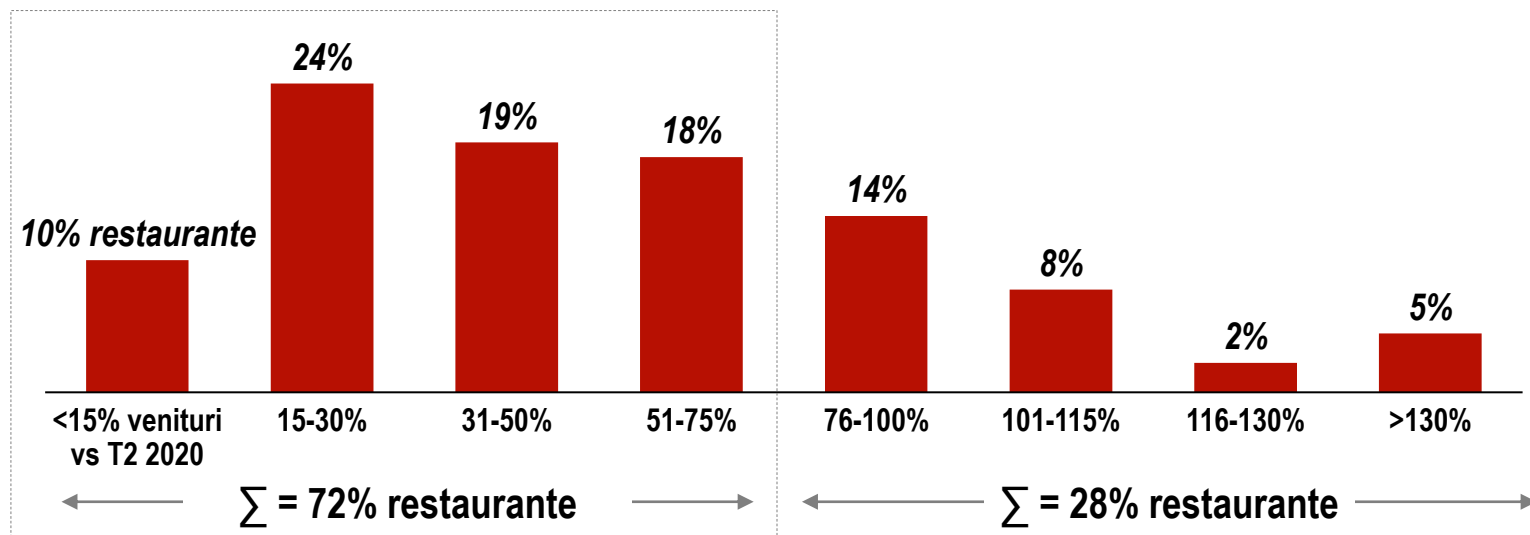


77% din restaurantele respondente au declarat că sunt deschise și activitatea continuă aproape normal, cu încă 17% deschise, dar cu o activitate redusă (e.g. echipă redusă, doar terasă, doar livrări) – acestea sunt cele mai ridicate niveluri de la începutul pandemiei, cu un număr semnificativ de restaurante redeschizându-se. Numărul total de restaurante închise definitiv ca urmare a pandemiei va fi vizibil doar în câteva luni (presupunând o evoluție socio-economică pozitivă), în timp ce noi restaurante urmează să fie deschise, semn al spațiului din piață generat de cererea în creștere, dar și de nevoia de adresare a anumitor segmente de nișă din piață.

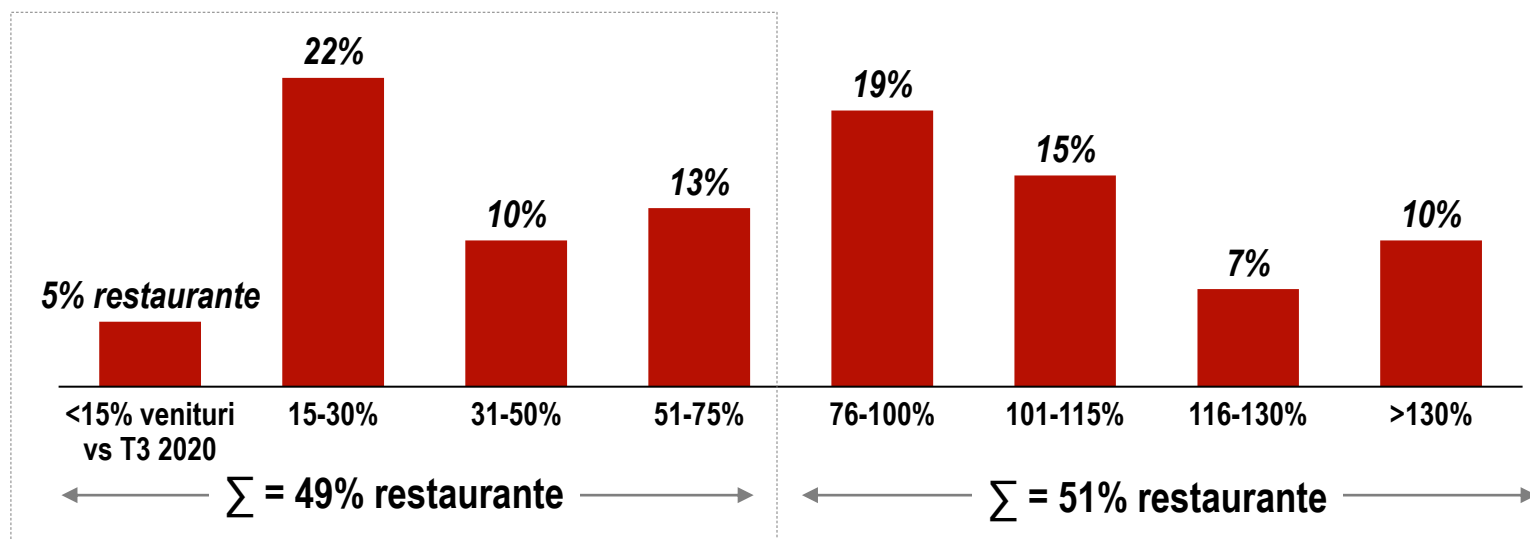
**INDEXUL DE
ÎNCREDERE A
CRESCUT LA 49 / 100
FAȚĂ DE 37 ÎN T4 2020
– POSIBIL PUNCT DE
INFLEXIUNE CĂTRE
NIVELURI DE
BUSINESS APROAPE
DE 2019**

PE FONDUL
 RESTRICȚIILOR
 IMPUSE, ÎN T1 2021
 CIFRA DE AFACERI S-A
 CONTRACTAT, ÎNSĂ
 AȘTEPTĂRILE PENTRU
 PERIOADA
 URMĂTOARE
 URMEAZĂ UN TREND
 ASCENDENT

VENIT REALIZAT T1 2021 vs T4 2020, [%]

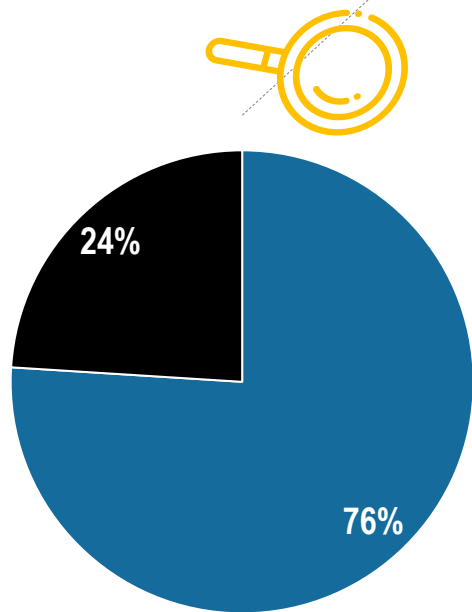


VENIT ESTIMAT T2 2021 vs T1 2021, [%]



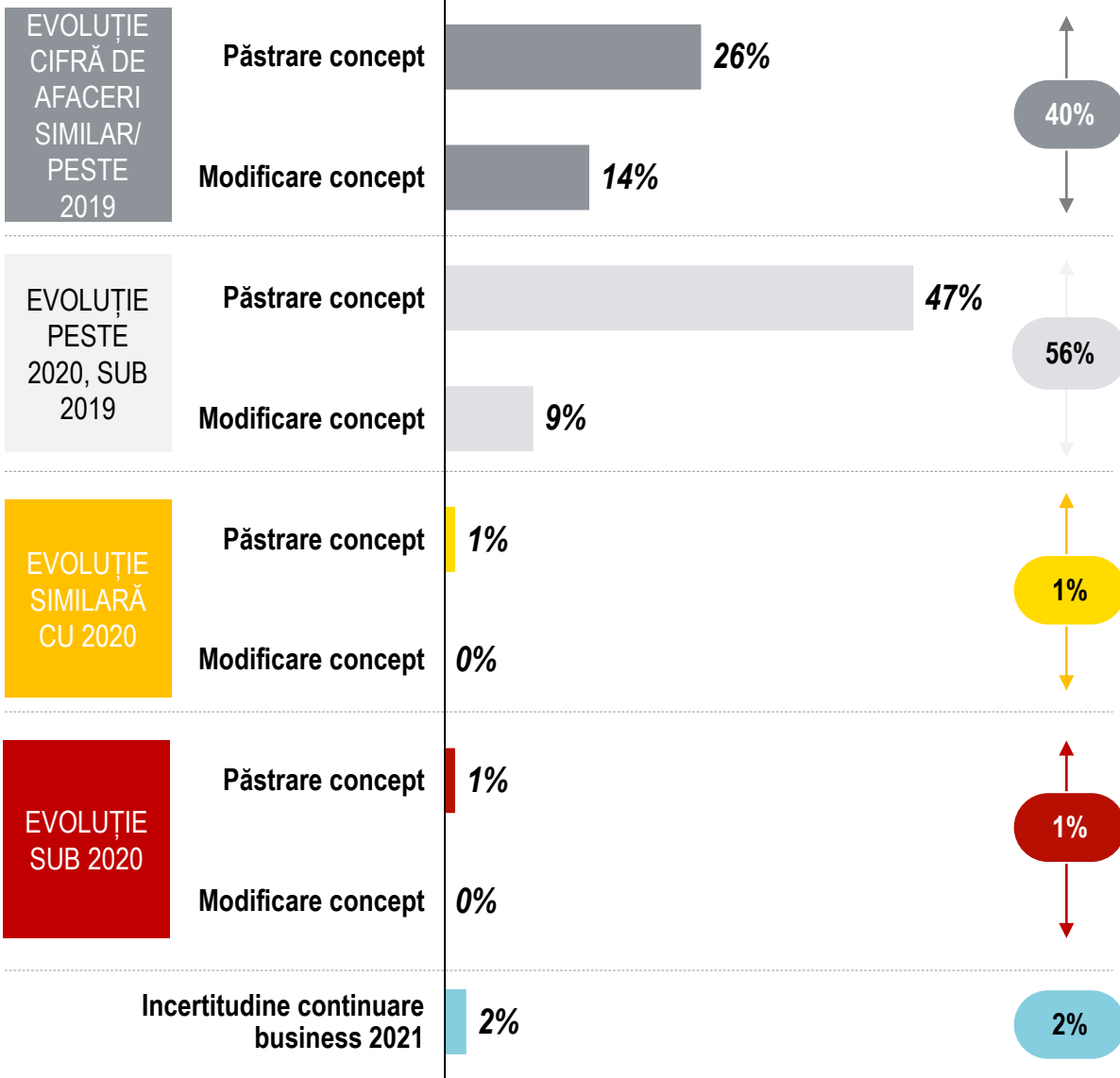
~40% AȘTEAPTĂ O REVENIRE LA UN NIVEL DE AFACERI SIMILAR CU 2019, IAR >55% VĂD O ÎMBUNĂTĂȚIRE VS 2020; MODELELE DE BUSINESS PAR SĂ SE STABILIZEZE

MODIFICARE MODEL BUSINESS, [% respond.]

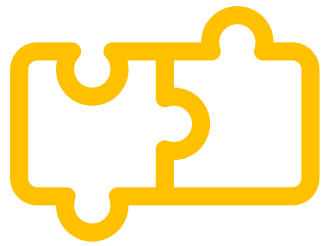


■ Păstrare concept de restaurant pre-pandemie/ 2020 și în 2021
 ■ Modificare concept restaurant în 2021

PREVIZIUNE EVOLUȚIE BUSINESS 2021, [% respondenți]



1) Altă poziționare de preț, concept diferit pentru meniu, experiența diferită promisă

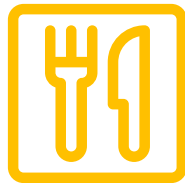


Peste 95% din restaurante au întreprins deja sau vor întreprinde modificări minore sau mai semnificative ale afacerii în următoarele 3 luni, o tendință vizibilă de la începutul pandemiei și care denotă continua nevoie de adaptare a restarantelor locale.

Modificarea meniurilor (62% din restaurante) se evidențiază ca o recurență și reprezintă un semn de maturizare a unei piețe care continuă să plaseze din ce în ce mai mult accent pe sezonality și produse locale.

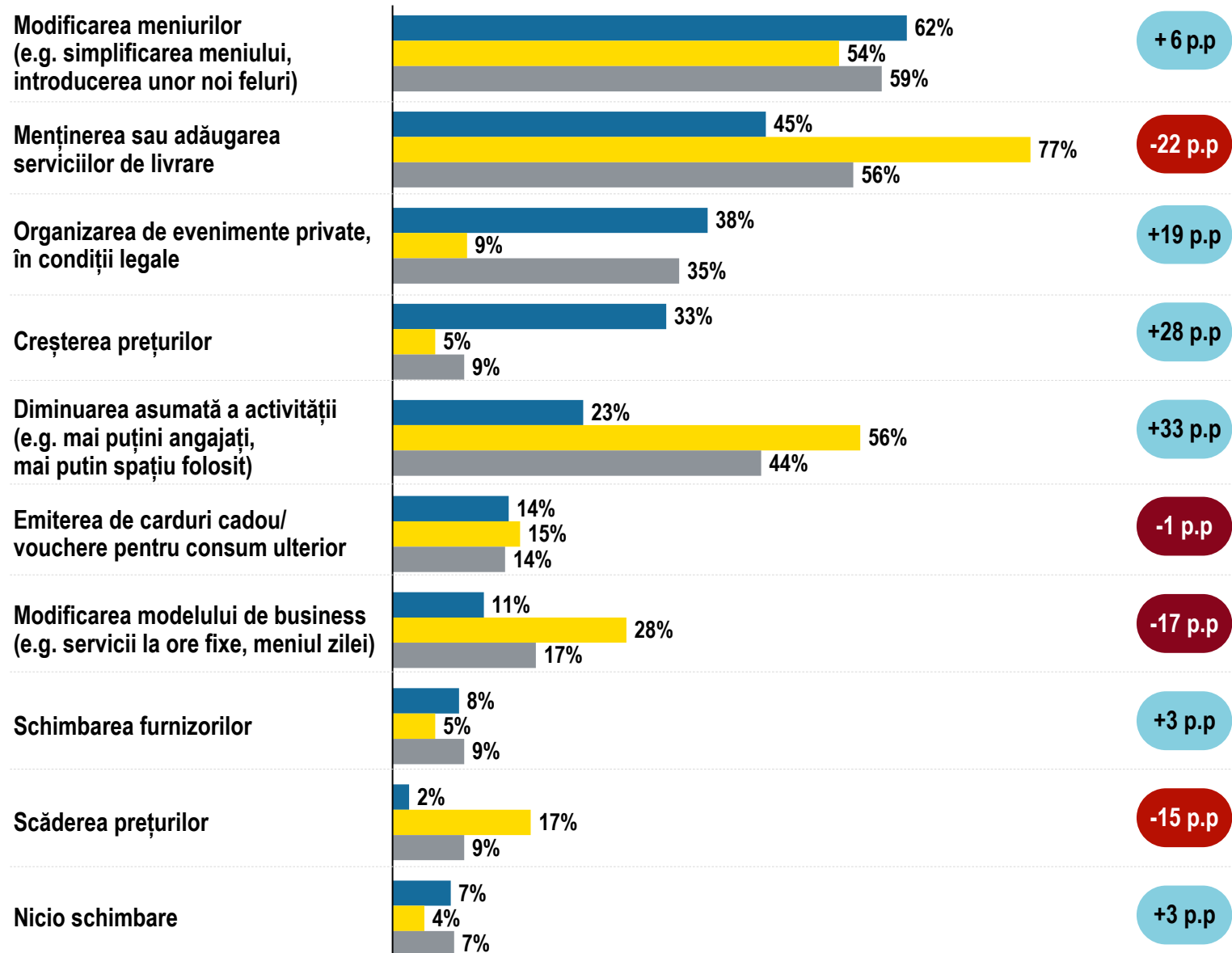
Cum anticipam și în edițiile precedente, serviciile de livrare vor rămâne o componentă importantă a activității în 2021, menționată de 45% de restaurante, în timp ce 38% vor introduce evenimente private, în condițiile permise lege.

33% din restaurante planifică creșterea prețurilor în 2021, de departe cea mai ridicată pondere de la lansarea Barometrului în T3 2020 și doar 23% mai preconizează o diminuare adițională a activității.



Modificările menționate mai sus prezintă un caracter mai ușor reversibil, în același timp, însă, aproape 25% (vs 33% la ediția precedentă) din restaurante declară că în 2021 vor avea un model de business diferit față de cel de la de începutul pandemiei (e.g. altă poziționare de preț, concept diferit pentru meniu, experiența diferită promisă), modificări care pot determina un peisaj gastronomic semnificativ diferit față de 2019.

RESTAURANTELE ÎNCĂ ÎȘI
MODIFICĂ MODELE DE
BUSINESS, ÎNSĂ ACESTE
SE STABILIZEAZĂ –
SCHIMBAREA RECURENȚĂ
A MENIURILOR,
PĂSTRAREA SERVICIILOR
DE LIVRARE ȘI
EVENIMENTELE PRIVATE
PAR SĂ DEVINĂ ELEMENTE
CONSTANTE



■ T2 2021 ■ T4 2020 ■ T1 2021 +/- p.p. Evoluție în puncte procentuale față de ediția II a Barometrului Restaurantelor, T4 2020

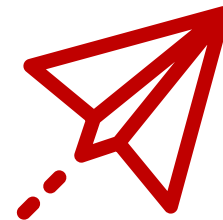
**SCHIMBĂRILE
IMPLEMENTATE SAU
CE VOR FI
IMPLEMENTATE ÎN
URMĂTOARELE 3 LUNI,
[% RESPONDENȚI]**

**TRAFICUL REDUS DE
CLIEŢI RĂMÂNE
PRINCIPALA PROVOCARE
MOMENTAN, CU IMPACT ÎN
SCĂDERE, DAR
PROBLEMELE LEGATE DE
FORŢA DE MUNCĂ SE
ACUTIZEAZĂ**

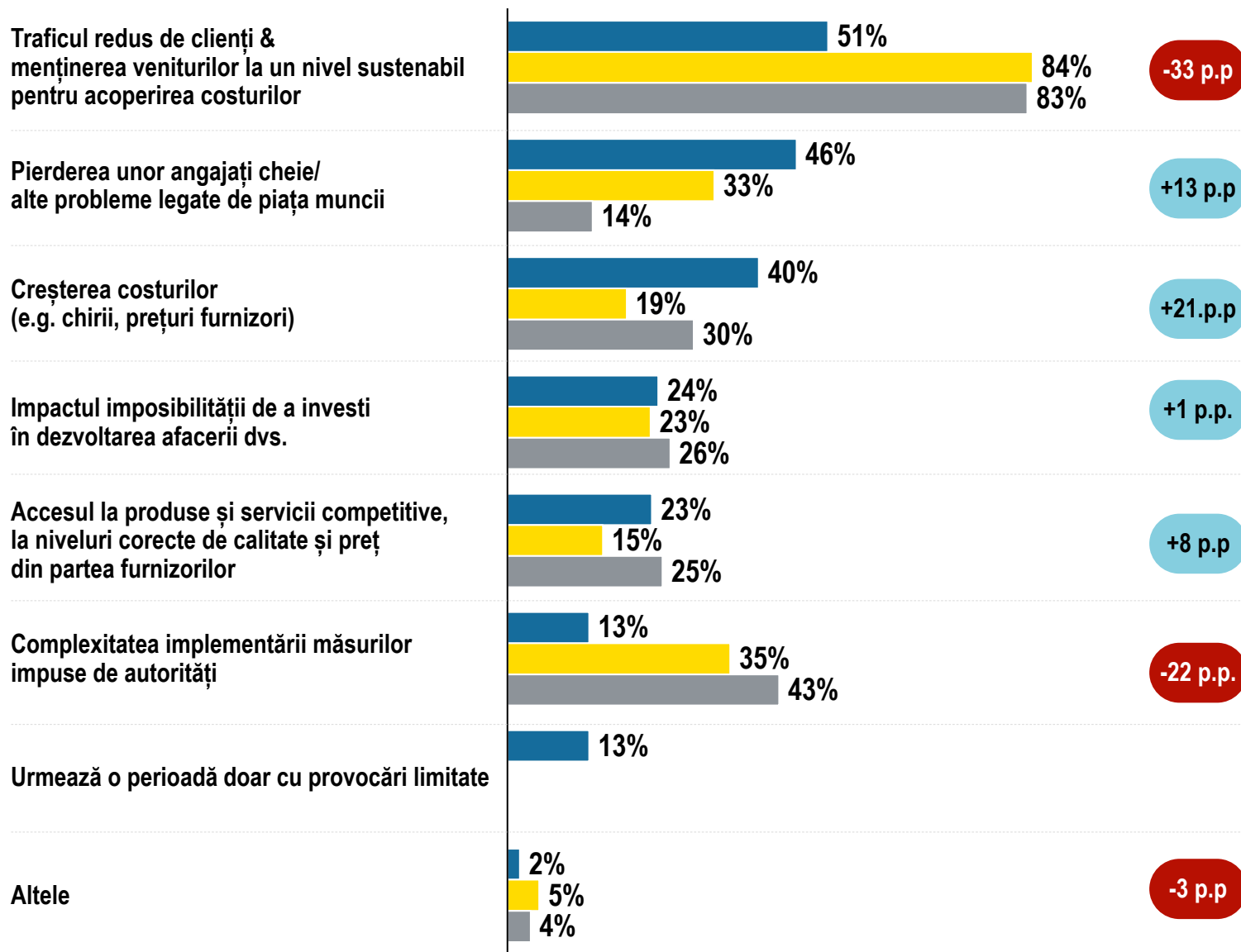


În următoarele 3 luni traficul redus de clienți va rămâne în continuare principala provocare pentru restaurante, însă impactul este în scădere puternică față de trimestrul precedent (menționată de ~51% din respondenți vs. 84% la ediția precedentă).

De asemenea, complexitatea măsurilor impuse de autorități nu mai pare să reprezinte o provocare decât pentru 13% din restaurante. Creșterea costurilor capătă importanță, fiind menționată de 40% din respondenți și aduce presiune adițională asupra marjelor nete, după ce în perioada precedentă, prin negocieri, costurile cu furnizorii au stagnat sau au fost temporar reduse/ ajustate prin defalcarea plăților.



Pierderea unor angajați cheie/ alte probleme legate de piața muncii se acutizează, fiind menționată de 46% din respondenți și reprezentând a doua cea mai mare provocare pentru restaurante în T2 2021. Această provocare reprezintă o preocupare continuă pentru antreprenorii din restaurante și înainte de 2020, din cauza exodului în afara țării al persoanelor din această industrie și pe cel al recalificării profesionale și migrării către cu totul alte sectoare.



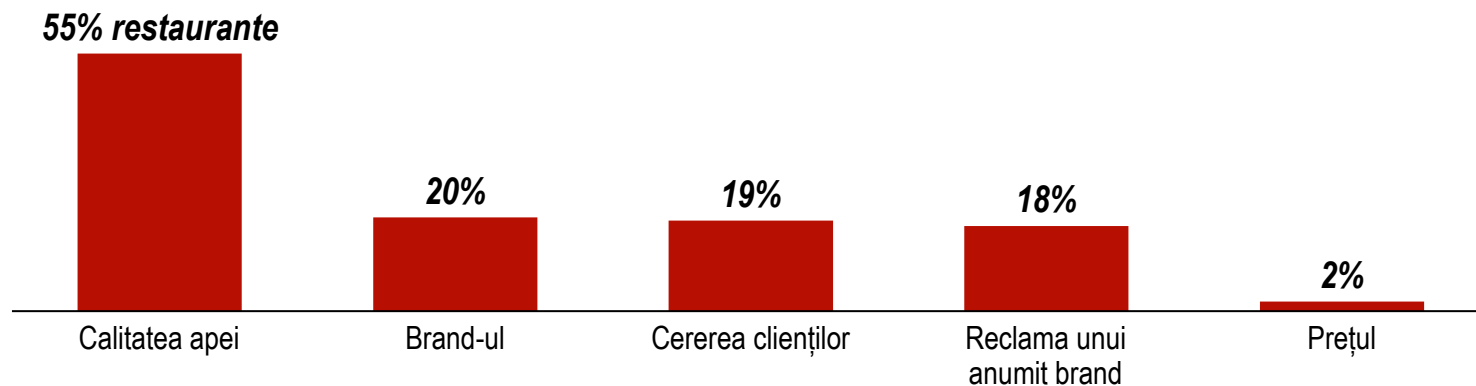
■ T2 2021 ■ T4 2020

■ T1 2021

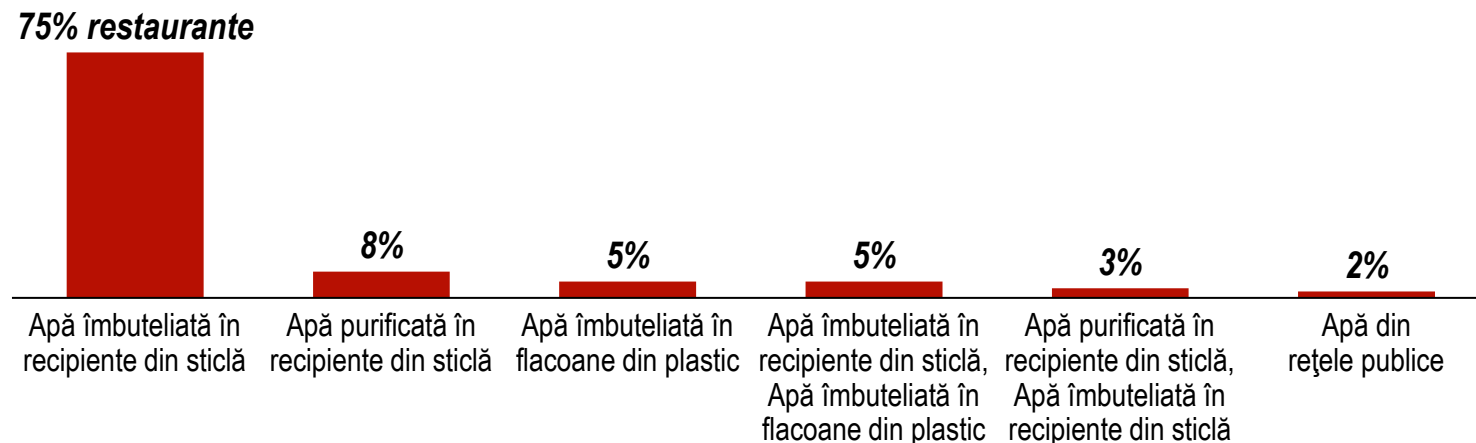
+ /- p.p. Evoluție în puncte procentuale față de ediția I a Barometrului Restaurantelor, august 2020

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

PRINCIPALUL FACTOR ÎN ALEGEREA APEI VÂNDUTE ÎN RESTAURANT, [%]



TIP DE APĂ SERVITĂ ÎN RESTAURANT, [%]



Propunerea Nazzuro Aqua pentru HoReCa: o apă perfectă pentru băut, rece sau la temperatura ambientală, plată și carbogazificată, de cea mai înaltă calitate și cu un gust incredibil, cu un ambalaj premium, din sticlă, având un design special creat. O apă pentru zeci, sute sau chiar mii de persoane, fără să necesite transport sau depozitare, frigidere sau camere frigorifice, fără nici un fel de deșuri rezultate din ambalaje, care să genereze costuri de depozitare și taxe de reciclare.

ÎN CONDIȚIILE UNOR COSTURI ÎN CREȘTERE, APA PURIFICATĂ LA CELE MAI RIDICATE STANDARDE PREZINTĂ BENEFICII MULTIPLE PENTRU RESTAURANTE ȘI CLIENȚI

CONTEXTUL ESTE ÎN
SCHIMBARE ȘI
RESTAURATORII
ANCITIPEAZĂ REVENIREA
CLIENTILOR ÎN
RESTAURANTE (47%), DAR
ȘI SCĂDEREA BONULUI
MEDIU (26%); AȘTEPTĂRI
DIVERGENTE DESPRE
COMENZILE CU LIVRARE

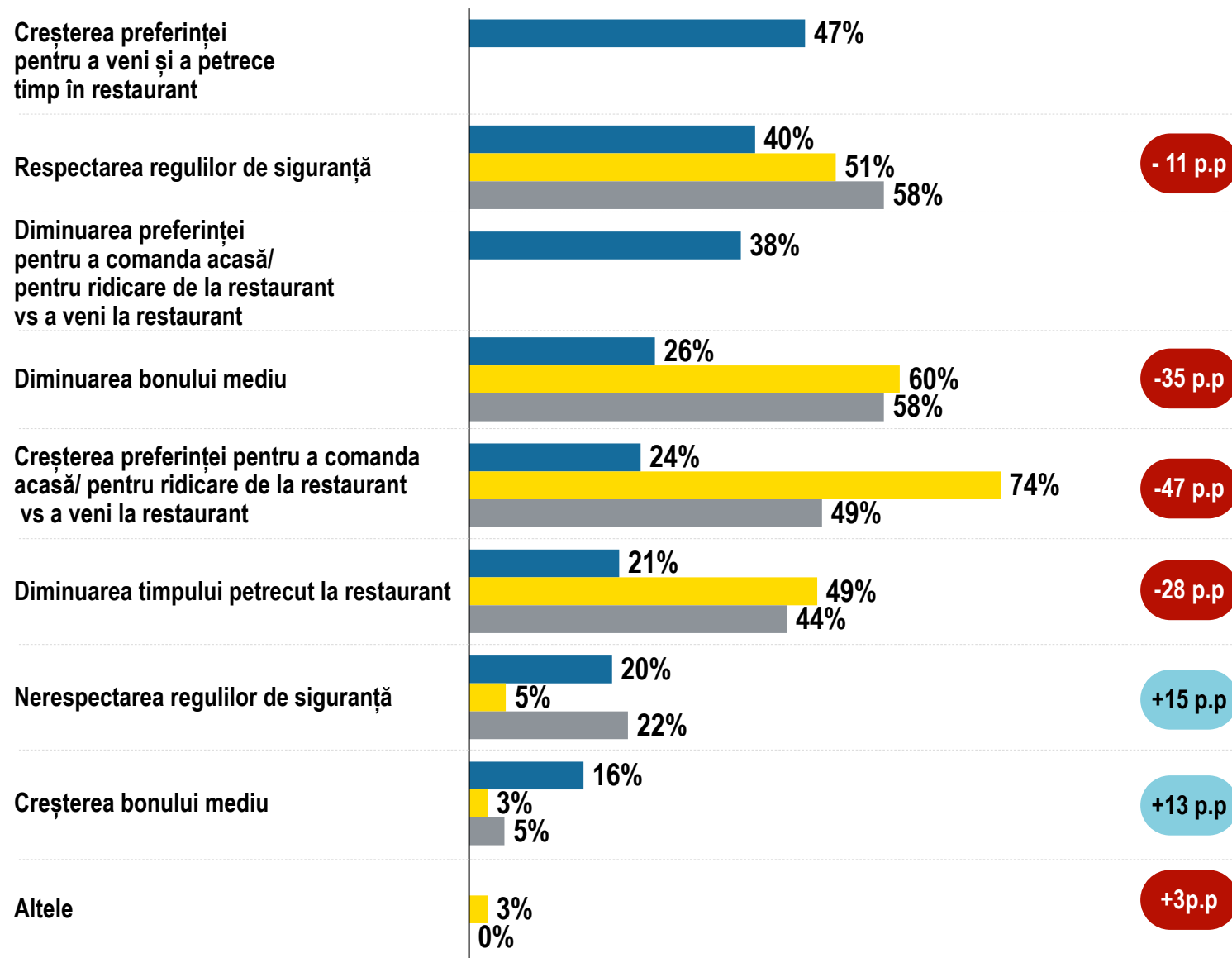


Creșterea preferinței pentru a veni și a petrece timp în restaurant este anticipată de 47% din restaurante, ceea ce denotă o reluare a interacțiunii mai semnificative dintre restaurante și clienții acestora.

În același timp, creșterea comenzilor cu livrare/ ridicare este așteptată de o parte din restaurante (24%) în timp de 38% dintre acestea prevăd o scădere în această zonă. Acest fapt relevă poziționările heterogene ale restaurantelor din comunitatea Gault&Millau, dar și instabilitatea persistentă a perioadei.

În ceea ce privește valoarea bonului mediu, așteptările sunt de asemenea împărțite, cu 26% anticipând o diminuare a bonului mediu, iar 16% prognozând o creștere a acestuia (inclusiv impactat de creșterile prețurilor introduse de unele restaurante).

Față de ediția precedentă, ponderea clienților care încearcă să negocieze regulile de siguranță a crescut din nou (20% din respondenți).



+ /- p.p. Evoluție în puncte procentuale față de ediția I a Barometrului Restaurantelor, august 2020

AȘTEPTĂRI LEGATE DE COMPORTAMENTUL CLIEŢILOR ÎN T2 2021 [% respondenți]



În consecință, restaurantele analizate doresc în continuare ca publicul larg să afișeze o creștere a interesului pentru calitatea ingredientelor folosite (73%), dar și să iasă în continuare la terase și/ sau restaurante la interior (77%). Acestea sunt cele mai importante schimbări pe care restaurantele doresc să le observe în comportamentul clienților pentru următoarele luni, urmate de creșterea interesului pentru gustul oferit, mai degrabă decât pentru celelalte elemente (39%) sau oferirea de feedback pe loc (38%).

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
CLIEŢILOR, 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 în luna iunie 2021, 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 Barometrul Restaurantelor și Gault&Millau
România ne puteți contacta la
raluca@gault-millau.ro sau (0734) 40 43 43.**