



Regione Toscana



Agenzia di informazione della Giunta Regionale



## Vetrina Toscana, i risultati dell'indagine di Confcommercio e CST

FIRENZE - L'indagine di Confcommercio Toscana e Centro Studi Turistici di Firenze fa il punto sull'innovazione in atto nei ristoranti aderenti a Vetrina Toscana mettendo in luce la qualità e le proposte ai clienti (tipologia del menù, cambiamento dell'offerta, ...) e le modalità utilizzate per presidiare web e social media. In particolare, è stata studiata la loro presenza su Facebook e Tripadvisor.

### L'attenzione al cliente

Il sistema ristorativo si caratterizza per la forte attenzione ai bisogni della clientela, con menù sempre più flessibili e modificati in media una volta al mese: da quelli à la carte (92%) ai menù del giorno (23%), dalle degustazioni (15%) alle proposte per le intolleranze (15%). Non solo la qualità e tipicità dei piatti, ma la semplicità della lavorazione delle materie prime sono il vero valore aggiunto dei ristoranti di Vetrina Toscana (75%), seguite dall'attenzione ai principi nutrizionali e salutistici (45%). Questi gli asset tangibili degli aderenti alla Rete, che rifiutano l'idea di una differenziazione estrema delle proposte per intercettare nuovi segmenti di mercato.

Le imprese sentono tuttavia la necessità di presidiare il web e i canali di comunicazione che consentono di interagire con la domanda. L'81% ha un proprio sito e uno spazio sui social network e, grazie all'uso più assiduo degli strumenti informatici, il 78,5% riceve le prenotazioni tramite mail. Un effettivo progresso nella comunicazione con il mercato, ma che potrebbe non essere sufficiente per l'"innovazione" del settore ristorativo.

### Tripadvisor e i ristoranti di Vetrina Toscana

Su Tripadvisor, in generale, i locali godono di recensioni molto positive da parte degli utenti. Quelle più entusiaste riguardano gli aspetti legati alla cucina, dalla particolarità dei piatti alla qualità delle materie prime, dalla varietà delle proposte alla presentazione delle portate. Non mancano apprezzamenti per la professionalità del personale, l'atmosfera del locale e gli sforzi per la promozione della cultura territoriale mediante la narrazione dei prodotti. Poche le recensioni negative, solitamente collegate ad un rapporto qualità/prezzo considerato insoddisfacente da alcuni recensori. Pochissimi, però, (solo l'11,3%) i ristoratori che rispondono alle recensioni dei loro clienti, siano esse positive o negative. La maggior parte perde l'occasione di interagire.

### Facebook e i ristoranti di Vetrina Toscana

363 le pagine aziendali analizzate su Facebook, che contano un totale di 575.682 "Like" degli utenti: un numero altissimo se valutato in termini di circuito, ma con performance assai diverse tra

le singole pagine. Ad esclusione di pochi casi in cui si registra un aggiornamento costante dei contenuti, infatti, dall'indagine emerge che la presenza sui social delle aziende ristorative non è stata una scelta consapevole dell'impegno e della considerazione che merita. Solo un'impresa su due (52%) di quelle dotate di una pagina Facebook, per esempio, ha compilato la sezione "Informazioni generali" in maniera corretta, fornendo descrizioni appropriate ed utili agli utenti. Le risposte o i post di dialogo con gli utenti/clienti sono presenti solo nel 20% delle pagine analizzate, delle quali moltissime contengono foto di piatti ma nessuna di titolari, cuochi o dipendenti.

### **Gli aderenti a Vetrina Toscana dell'area Metropolitana di Firenze**

Risultati sensibilmente migliori di quelli regionali sono emersi dal campione di imprese attive sul territorio fiorentino. Maggior flessibilità dei menù, ma soprattutto un rinnovo costante delle proposte che in media raggiunge le 12,5 volte in un anno. 90% gli esercizi con un proprio sito Internet e il 95% riceve prenotazioni tramite mail.

I principali elementi di differenziazione dell'offerta sono la semplicità della lavorazione e l'attenzione ai principi nutrizionali. Invece, il concetto di innovazione è rivolto all'acquisto di nuovi strumenti/macchinari per la preparazione, conservazione, cottura degli alimenti e pulizia. Risultati apprezzabili risultano anche dall'analisi delle recensioni su TripAdvisor. La media di tutti i punteggi assegnati ai ristoranti fiorentini recensiti è pari a 4,2, corrispondente a Molto buono. Qualità dei piatti, tipicità e tradizione gli elementi positivi di primo piano che emergono dalle recensioni. Fra coloro che hanno scelto di essere presenti su Facebook, solo il 61% aggiorna le pagine e il 56% promuove le sue iniziative sullo strumento Social.

## **LE IMPRESE DELLA RISTORAZIONE IN TOSCANA**

<i>Ateco 56.10.11</i>	Imprese registrate al 31.12.2016	Variazione assoluta 2011-2016	Var. % 2011-2016
Arezzo	928	155	19,4%
Firenze	2.710	617	28,9%
Grosseto	999	189	20,4%
Livorno	1.350	200	17,2%
Lucca	1.412	274	22,8%
Massa Carrara	636	68	11,8%
Pisa	1.170	248	26,0%
Pistoia	738	108	16,8%
Prato	557	114	24,3%
Siena	950	171	21,0%
<b>Toscana</b>	<b>11.450</b>	<b>2.144</b>	<b>22,1%</b>

*Dati Unioncamere Toscana*