

Het

Italiaanse restaurant in beeld

Jaargang: 2013



'Het Italiaanse restaurant in beeld' is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Even voorstellen...

Van Spronsen & Partners horeca-advies

Van Spronsen & Partners horeca-advies is onderdeel van de Van Spronsen & Partners groep. Hiertoe behoren tevens de volgende onafhankelijke bedrijven: Van Spronsen & Partners horeca - salarisadministratie, Rollema & Partners horeca - administratie en Van Spronsen & Partners gastvrije trainingen. Onder het motto "Anders denken, anders doen" zijn wij al 26 jaar actief binnen de horeca- en leisuremarkt en stellen wij de opdrachtgever en zijn doel centraal.

Werkzaamheden van horeca-advies bestaan voornamelijk uit het uitvoeren van haalbaarheidsonderzoeken, bedrijfsdoorlichtingen, rendementsverbeteringen, het ontwikkelen van nieuwe horecaconcepten, het opstellen van marketing en communicatieplannen en het geven van managementondersteuning.

Dit brancheonderzoek 'Het Italiaanse restaurant in beeld' is één van onderzoeken die wij gratis op onze website www.spronsen.com publiceren. Wij publiceren regelmatig onderzoeken, zoals 'De IJssalon in Beeld', 'Het Fitnesscentrum in beeld', 'Het Bowlingcentrum in Beeld' en Het Pannenkoekenrestaurant in Beeld. Kijk voor meer publicaties op www.spronsen.com/nl/brancheinformatie. Kijk voor meer informatie op www.salaris-spronsen.nl en www.rollemapartners.nl.

2

Brancheontwikkeling

3

Marktontwikkeling

5

Consument en consumptie

6

Interview

7

Trends & Concepten

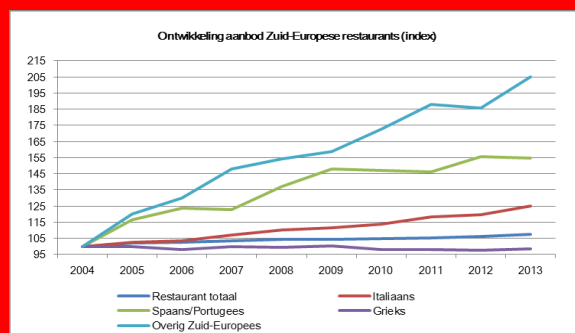
8

Toekomstvisie

In dit brancheprofiel is de definitie van "het Italiaanse restaurant" gebruikt die is vastgesteld door het bedrijf Horeca en Catering: "alle restaurants die zelf aangeven dat de kernactiviteit van de keuken het bereiden van Italiaanse gerechten is. Tevens moet het mogelijk zijn om de maaltijd in het pand te nuttigen. Hieronder vallen dus niet de bekende pizza bezorg- en afhaalbedrijven."

Ontwikkeling

De Italiaanse keuken blijft populair onder de Nederlanders. Volgens cijfers van het bedrijf Horeca en Catering telt Nederland momenteel 1.339 Italiaanse restaurants. Het aantal Italiaanse restaurants is in de afgelopen vijf jaar fors toegenomen met 13,4% van 1.180 bedrijven in 2008 naar 1.339 bedrijven in 2013. Over de afgelopen tien jaar is het aantal Italiaanse restaurants zelfs met 24,3% gestegen. In vergelijking met de totale restaurantsector is het totaal aantal bedrijven over dezelfde periode slechts met 9,1% (10 jaar) en 3,0% (5 jaar) gestegen. Overigens doet de Zuid-Europese keuken het goed in de afgelopen vijf jaar. De groeicijfers liggen nog hoger dan die van de Italiaanse restaurants (Spaans/Portugees 12,5%, Grieks -0,5%, Overig Zuid-Europees 32,8%; Turks +20%).



Bron: bedrijf Horeca en Catering

Dichtheid

De dichtheid is het aantal Italiaanse restaurants per 100.000 inwoners per provincie. Nederland telt gemiddeld 8,0 Italiaanse restaurants per 100.000 inwoners. De provincie Noord-Holland heeft de hoogste dichtheid met 13,4 Italiaanse restaurants per 100.000 inwoners. Deze hoge dichtheid wordt veroorzaakt door het hoge aantal Italiaanse restaurants in Amsterdam met 216 bedrijven, 16,1% van het totale Italiaanse aanbod. Zonder Amsterdam heeft Noord-Holland een dichtheid van 5,4 Italiaanse restaurants per 100.000 inwoners. Overigens bevindt 26,7% van de Italiaanse restaurants zich in de vier grootste steden. De provincie Flevoland heeft de laagste dichtheid met Italiaanse restaurants per 100.000 inwoners. Theoretisch gezien heeft Flevoland de meeste ruimte voor uitbreiding. Daarnaast is Flevoland interessant als vestigingsplaats gezien de ligging nabij de randstad en de verwachte bevolkingsgroei van 11% in deze regio tot 2020.

	2009	2013	09 - '13 %	Dichtheid
Groningen	56	54	-3,6%	9,3
Friesland	56	63	12,5%	9,7
Drenthe	34	30	-11,8%	6,1
Overijssel	81	84	3,7%	7,4
Flevoland	20	18	-10,0%	4,5
Gelderland	105	117	11,4%	5,8
Utrecht	69	78	13,0%	6,3
Noord-Holland	318	364	14,5%	13,4
Zuid-Holland	243	271	11,5%	7,6
Zeeland	27	38	40,7%	10,0
Noord-Brabant	101	115	13,9%	4,7
Limburg	87	107	23,0%	9,5
Nederland	1197	1339	11,9%	8,0

4 grote steden				
Amsterdam	197	216	9,6%	27,0
Den Haag	49	59	20,4%	11,7
Rotterdam	52	60	15,4%	9,7
Utrecht	20	23	15,0%	7,1
Provincies zonder G4				
Noord-holland	121	148	22%	5,4
Zuid-Holland	142	152	7%	4,3
Utrecht	49	55	12%	4,4

Bron: bedrijf Horeca en Catering



Provincies

De meeste Italiaanse restaurants zijn gevestigd in de Randstad (provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht), namelijk 55% van alle Italiaanse restaurants. Alleen al in de 21 grootste steden van Nederland zijn 41% van de Italiaanse restaurants er vinden. De ontwikkeling van het aantal Italiaanse restaurants verschilt echter sterk per regio. In de provincies Zeeland en Limburg is de procentuele groei in de afgelopen vijf jaar het grootste met respectievelijk 40,7% en 23%. De provincies Drenthe, Flevoland en Groningen zijn de provincies waar het aanbod daalde met respectievelijk 11,8%, 10% en 3,6%.

Bedrijfstypen

In de loop van de jaren heeft de Italiaanse keuken zich gedifferentieerd in allerlei typen restaurants. Er zijn vier typen Italiaanse restaurants te onderscheiden. Deze restaurants verschillen allen op basis van service, ambiance en prijs. De verdeling van de typen Italiaanse restaurants bestaat naar schatting zo'n 62% uit klassieke restaurants, 30% uit casual-dining, 6% uit fast casual en 2% Italiaanse toprestaurants.

Klassieke restaurants

De eerste en bekendste type zijn de klassieke Italiaanse restaurants met (vaak) de Italiaanse zonnewering. Deze kleinere klassieke pizzeria/ristorante worden meestal gerund door Italiaanse, Turkse, Marokkaanse of Nederlandse ondernemers. De restaurants bevinden zich vaak in de stadcentra, op een goed bereikbare maar niet centrale plek. Naast pizza's en pasta's bieden deze restaurants vaak ook vis- en vleesgerechten. De bezoekers van deze locaties bestaan voornamelijk uit jongeren, jonge stellen, grote groepen en (dag)toeristen. De besteding in dit segment ligt tussen de € 17,= tot circa € 35,= per persoon per bezoek.



Pizzeria Pompei - Leeuwarden



Isola Bella - Hoorn

Casual dining restaurants

Het tweede segment bestaat uit de casual dining restaurants. Dit zijn vaak ook de grotere Italiaanse restaurants waar een variëteit van Italiaanse pesce- (vis) en carnegerechten (vlees), pizza's, pasta's en antipasta's verkocht worden. Deze restaurants bevinden zich vaak op toeristische hotspots en op druk bezochte plaatsen in de stad. De bezoekers van deze Italiaanse restaurants bestaan voornamelijk uit mensen van 30 jaar en ouder, met hun partner of zakelijke relaties. Ook treffen we hier veel ouderen aan. In dit segment bedraagt de besteding ongeveer tussen € 35,= tot € 50,= per persoon per bezoek.



Vino & Cucina - Den Haag



O'Pazzo - Rotterdam



Toscanini - Amsterdam

Fine dining restaurants

Het derde type restaurants bestaat uit de fine dining restaurants. Deze luxe Italiaanse toprestaurants zijn veelal in de grote steden of een landelijke omgeving gesitueerd. Hier wordt vooral gekookt met traditionele (streek)producten. De restaurants worden bezocht door genietters en zakelijke bezoekers. Bezoek aan dit segment resulteert in een besteding tussen € 50,= tot € 75,= per persoon.



Incanto - Amsterdam



Roberto's - Amsterdam



Mediterraneo - Maastricht

Fast casual restaurants

Het vierde type bestaat uit de fast casual restaurants. Dit type Italiaanse restaurant is de laatste jaren vooral in het buitenland volop in ontwikkeling. Deze Italiaanse restaurants bevinden zich vaak langs high traffic locations en stations. De menukeuze is vaak beperkt tot salades, pizza's en pasta's tegen een goede prijs/kwaliteit verhouding. Ook in Nederland zie we steeds vaker de fast casual Italiaanse restaurants verschijnen. De bezoekers van deze fast casual restaurants bestaan voornamelijk uit jongeren, zakelijke bezoekers en grote groepen. De besteding bij dit segment ligt tussen de € 14,= en € 23,= per persoon per bezoek.



Vapiano - Amsterdam



Happy Italy - Tilburg



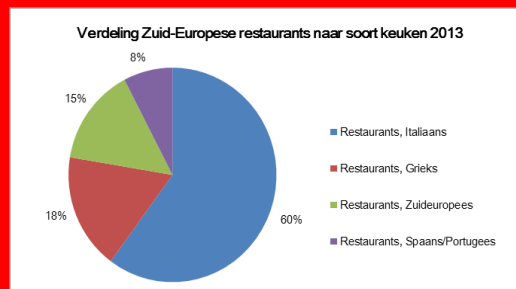
Julia's - Amsterdam CS

Marktaandeel

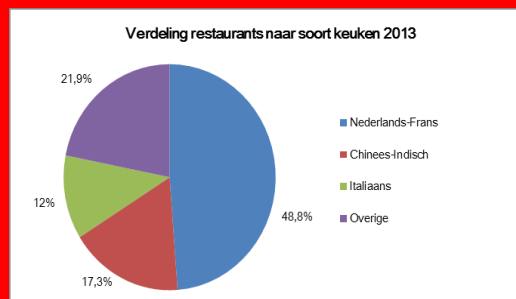
De Italiaanse keuken is populair in Nederland, zo blijkt uit de verdeling van Zuid-Europese restaurants. De Zuid-Europese restaurant markt kan onderverdeeld worden in een aantal verschillende keukens: de Italiaanse-, Griekse-, Spaans/Portugese-, Turkse- en overige Zuid-Europese keukens. Hieronder vallen de Andorrese keuken, Baskische keuken, Corsicaanse keuken, Cypriotische keuken, Maltese keuken, Monegaskische keuken, San Marinese keuken en eventuele andere Mediterrane keukens.

De Italiaanse keuken is veruit de meest voorkomende Zuid-Europese keuken en bezit over het grootste aandeel van 60%, gevolgd door Grieks (18%) en Spaans/Portugees (8%). Het aandeel van Italiaanse restaurants en Spaans/Portugese restaurants is in de afgelopen vijf jaar onveranderd gebleven. Het aandeel van Griekse restaurants is daartegen van 20% naar 18% gedaald, welke een groei betekent voor de overige Zuid-Europese keukens.

De Italiaanse keuken behoort tot één van de grote subsectoren in de restaurantmarkt. 12% van alle restaurants in Nederland is een Italiaans restaurant. Alleen restaurants met een Nederlands-Franse keuken (48,8%) en Chinees-Indische keuken (17,3%) zijn beter vertegenwoordigd. Van de drie grote subsectoren is alleen het aandeel van Italiaanse restaurants gestegen van 10,3% naar 12%. De twee andere subsectoren, de Nederlands-Franse restaurants en Chinees-Indische restaurants zijn de afgelopen tien jaar beide in aanbod gedaald, met respectievelijk 7,3% en 3,9%.



Bron: bedrijfshap Horeca en Catering



Bron: bedrijfshap Horeca en Catering

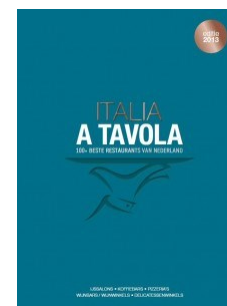


Ospitalità Italiana, kwaliteitsslag

De Italiaanse keuken is de afgelopen jaren bezig met een ontwikkeling naar een hoger kwaliteitsniveau. De kwaliteit van de Italiaanse keuken wordt sinds 2010 gestimuleerd en bewaakt door de Italiaanse overheid met een keurmerk voor Italiaanse restaurants, de 'Marchio Ospitalità Italiana'. Dit keurmerk is tot stand gekomen in samenwerking met de Unioncamere (overkoepelende organisatie van alle Italiaanse Kamers van Koophandel), het ISNART (Nationaal Instituut voor Toeristisch Onderzoek), het CCIE (overkoepelende organisatie van alle Italiaanse Kamers van Koophandel in het buitenland) en het Comitato di Certificazione in Italia (certificeringcomité in Italië). Het doel van dit keurmerk is om de oorspronkelijke Italiaanse gastvrijheidswaarden in ere houden, de kwaliteitsnormen te handhaven en de traditionele, authentieke Italiaanse keuken te promoten. Om het keurmerk te krijgen moeten Italiaanse restaurants voldoen aan een tiental strenge criteria, onder meer over de kwaliteit en de variëteit van de menu, de paraatheid van het personeel en de inrichting van het restaurant.

Italia A Tavola

Het keurmerk heeft uiteindelijk geresulteerd in een Italiaanse restaurantgids 'A Tavola'. Uit het totale aanbod van Italiaanse restaurants in Nederland zijn ruim 150 Italiaanse restaurants geselecteerd waarmee de beste en betere zich onderscheiden.



De Italiaanse lifestyle

De invloed van de Italiaanse lifestyle is steeds beter terug te zien in Nederland. De Randstad is bezaaid met Vespa scooters, de Fiat 500 wint marktaandeel in een dalende markt en invloed van Italiaanse mode is goed zichtbaar in het straatbeeld. Er zijn merken die Italiaans (willen) klinken zonder oorspronkelijk uit het land te komen en Nederlandse (product)designers willen maar al te graag schitteren tijdens de Milan Design Week. Gerenommeerd designmerk Alessi ging al een samenwerking aan met de Nederlandse designer Marcel Wanders en creëerde een unieke productlijn in een Amsterdamse pop-up store in maart 2013.



Slow Food

De in Italië opgerichte Slow Food Movement van Carlo Petrini heeft in Nederland actieve navolging gekregen met de Youth Food Movement. Deze organisatie maakt zich sterk voor een eerlijker en gezonder voedselsysteem. Italiaanse keukenmachineproducent Smeg maakte de cirkel met Italië weer rond door het Damn Food Waste evenement van de YFM afgelopen zomer te ondersteunen.



Betaalbare luxe

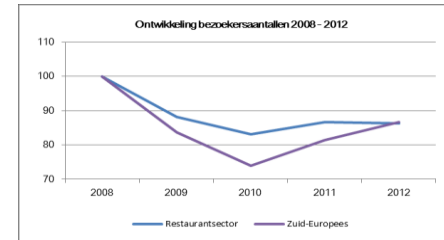
Het Italiaanse 'La Dolce Vita' heeft onder andere door rolmodellen als Marco Borsato en Yolande & Wesley een gezicht gekregen. Juist in crisistijd biedt genieten van verse en goede producten een lichtpuntje voor veel consumenten die zich willen verwennen met betaalbare luxe. De afgelopen jaren zien we ook in de horeca een aantal succesvolle Italiaanse producten. Waar in 2012 de Aperol Spritz een opvallende verschijning was, werd Limoncello en Limoncello Spritz in de zomer van 2013 op de hippe terrassen geschonken. Ook Monte Scroppino Originale® verleidt de horecabezoeker met een van origine Italiaans recept.



De invloed van de Italiaanse lifestyle en eetcultuur zal in de verdere toekomst doorwerken in het koopgedrag en de vrijetijdsbesteding van de consument. Dit komt de Italiaanse restaurantsector ten goede.

Bezoekfrequentie

De restaurantsector heeft de afgelopen jaren flink minder gasten getrokken. Het aantal gasten in de restaurantsector is tussen 2008 en 2012 afgenomen met 13,8%. In 2012 gaf 34,8% van de bevolkingsgroep tussen 16 – 64 jaar aan minimaal één keer per week een restaurant te hebben bezocht ten opzichte van 40,3% in 2008. In 2013 stijgt de bezoekfrequentie in de eerste 8 maanden licht tot 35,5% van de bevolking tussen de 16-64 jaar.



Bron: bedrijfshap Horeca en Catering

Ook bij de Zuid-Europese restaurants is het aantal bezoekers tussen 2008 en 2012 afgenomen. In 2012 gaf 8,4% van de bevolkingsgroep tussen 16 - 64 jaar aan een Italiaans restaurant te hebben bezocht ten opzichte van 9,6% in 2008. In 2009 en 2010 daalde het aantal bezoekers nog met respectievelijk -16,3% en -11,8%. Sinds 2011 is er weer sprake van een lichte groei in het aantal bezoekers (10,4% in 2011 en 6,3% in 2012). Desondanks ligt het aantal bezoekers nog altijd 13,3% onder het niveau van 2008. In de eerste 8 maanden van 2013 blijft de bezoekfrequentie bij Zuid-Europese restaurants stabiel op het niveau van 2012.

Besteding

De gemiddelde besteding per bezoek in de restaurantsector nam geleidelijk toe tussen 2008 en 2011. De gemiddelde besteding per persoon per bezoek was in 2008 nog € 17,90 en steeg naar € 19,40 in 2011. Dat is een toename van € 1,50 per gast. In het afgelopen jaar is de gemiddelde besteding echter drastisch gedaald naar € 16,40 per persoon per bezoek. Dat is een daling van € 3,- per gast. In de eerste 8 maanden van 2013 blijft de gemiddelde besteding op het niveau van 2012.

Dezelfde ontwikkeling is terug te zien bij Zuid-Europese restaurants. De gemiddelde besteding per bezoek per gast was in 2008 € 18,80 per gast en steeg naar € 19,30 in 2011. In 2012 daalde de gemiddelde besteding naar gemiddeld € 16,80 per gast. Dat is een daling van € 2,- per bezoek per gast ten opzichte van 2008. De gemiddelde besteding loopt in de eerste 8 maanden van 2013 op naar € 17,16.

Besteding per bezoek per gast	2008	2009	2010	2011	2012	Vershil t.o.v. 2008
Restaurantsector	€ 17,90	€ 18,20	€ 19,20	€ 19,40	€ 16,40	-8,5%
Nederlands-Franse restaurant	€ 32,20	€ 32,40	€ 33,40	€ 33,30	€ 28,50	-11,5%
Chinees-Indische restaurant	€ 11,80	€ 12,10	€ 12,70	€ 12,90	€ 13,90	17,8%
Zuid-Europese restaurant	€ 18,80	€ 18,60	€ 19,70	€ 19,30	€ 16,80	-10,6%

Bron: bedrijfshap Horeca en Catering

Roberto Payer is general manager van het Hilton Hotel in Amsterdam en voorzitter van de Italiaanse Kamer van Koophandel in Nederland die als doel heeft de handel tussen Nederland en Italië te bevorderen. Hij is onder meer betrokken bij het project "Ospitalità Italiana", een keurmerk om de typische gastronomie en kwaliteitsstandaard van Italiaanse restaurants te garanderen. Met het keurmerk weet de bezoeker dat de kwaliteit van de bediening en geboden producten gewaarborgd zijn. Van Spronsen & Partners vroeg hem zijn visie over Italiaanse restaurants.



Wat zijn volgens u de belangrijkste ontwikkelingen binnen de Italiaanse restaurantsector?

"'The Economist' publiceerde een aantal jaar geleden een artikel waarin stond dat de Italiaanse keuken de culinaire oorlog heeft gewonnen van de Franse keuken als het gaat om ingrediënten gebruik, originele recepturen en zuivere smaken. De Italiaanse keuken maakt wereldwijd een goede ontwikkeling door. Ook in Nederland is men momenteel een inhaalslag aan het maken om de Italiaanse keuken meer in beeld en op een hoger niveau te brengen. Overigens bestaat er helemaal geen Italiaanse keuken. Het is een regionale keuken met invloeden van andere keukens die reeds bestonden voor de Italiaanse natie werd gesticht. Wij zijn tenslotte de moeder van de Europese keuken. Kenmerkend voor regionale keukens is bijvoorbeeld het gebruik van soorten pasta's, gebruik van kruiden en culinaire gewoonten wat totaal anders is. Je moet dus weten waar je over praat als je het hebt over de Italiaanse keuken. De Italiaanse keuken in Nederland is gebaseerd op emigranten die hier naar toe zijn gekomen met kennis van hun eigen regionale keuken en originele receptuur."

Wat vindt u van de Italiaanse fastservice concepten?

"Het feit dat alle gerechten vers worden klaargemaakt is op zich een goede manier van koken. Echter moet ik heel eerlijk zeggen dat het koken hier is aangepast aan de grote massa. Er wordt minder aandacht besteed aan kwaliteit. De massa wil alleen dat het vult en dat het betaalbaar is. Kwaliteit is nou eenmaal duurder. Niet dat men dit niet kan permitteren, maar in de crisis geef je niet meer zo maar geld uit. De Italiaanse keuken is in ieder geval wel een betaalbare keuken. Je kan zowel goedkoop als luxe eten."

Wat karakteriseert een goed Italiaanse restaurant?

"Kenmerk voor een goed Italiaanse restaurant is de ontvangst, sfeer, belevenis, zuiverheid en het eten. Passie voor eten. De Italiaanse gastronomie, ingrediënten gebruik, originele receptuur, zuivere smaken zijn kenmerken voor een goed Italiaanse restaurant. Het gaat om simplicity! Hierdoor geef je de smaak terug aan de gerechten. Accepteer het product om zijn zuiverheid. Camoufleer het niet overdadig met saus. Een kok kan er wel een moderne draai aan geven, maar dan moet je wel oppassen dat de originele receptuur en de zuivere smaak van het gerecht niet wordt aangetast."

Gastheerschap

"De horeca is een prachtig vak met beleving. Helaas weten sommige restaurants het niet altijd over te brengen. Wat je ziet is een jongeman met een dienblad, en dat is een kelner. Alles wat ze doen is het bord naar buiten brengen. Ze zijn niet meer betrokken bij de omgeving. De vakmanschap van de gastheer is weg, dus ook de sfeer en beleving aan tafel."

Hoe wordt de kwaliteit van Italiaanse restaurants gewaarborgd?

"We moeten oppassen voor restaurants met Italiaans klinkende namen. Er wordt overall Italiaans eten aangeboden, maar het is niet altijd duidelijk of er wel authentiek Italiaans gekookt wordt. Dit mag natuurlijk geen bedreiging vormen voor onze Italiaanse keuken. Daarvoor hebben we ook het internationale keurmerk. Met dit keurmerk willen we de Italiaanse gastronomiecultuur ontwikkelen en de traditionele, authentieke keuken promoten. We willen de Italiaanse keuken naar een topniveau brengen. We organiseren regelmatig Masterclasses met topchefs van de bekende kookschool ALMA, La Scuola di Cucina Italiana, Parma onder leiding van Masterchef Gualtiero Marchesi. We werken samen met de Vereniging van Italiaanse Sommeliers om de kennis van Italiaanse wijnen in Nederland te vergroten. Wij doen echt alles om de kwaliteit van de Italiaanse keuken te stimuleren en te bewaken."

Hoe ziet volgens u de toekomst er uit wat betreft de Italiaanse restaurants?

"Mensen worden tegenwoordig steeds bewuster van wat ze eten en wat ze kopen. De Italiaanse keuken kan daar een rol in spelen. De Italiaanse keuken is gebaseerd op het mediterrane dieet. Het Italiaans eten is goed opgebouwd. Het is een gebalanceerde maaltijd met gezonde en goede oliën, weinig vlees en veel groente. De Italiaanse keuken past dus prima in de gezondheidstrend de komende jaren. We maken ons dus sterk om het Italiaanse keuken in Nederland naar de top te brengen door het keurmerk, door de kookschool en door de Vereniging van Sommeliers. Dit heeft geresulteerd in een restaurantgids 'A Tavola' met de beste Italiaanse restaurants in Nederland. In de toekomst mogen we dus meer authenticiteit, kwaliteit, presentatie en gastvrijheid verwachten."

Spaghetteria

Bij de Spaghetteria (Amsterdam) draait het om één ding. De verse, zelfgemaakte pasta's die op traditioneel Italiaanse wijze worden gemaakt. Spaghetteria is een restaurant gespecialiseerd in Italiaanse pastagerechten. Alle gerechten bestaan uit biologisch ingrediënten en worden vanuit Italië geïmporteerd. Iedere dag hebben de gasten keuze uit zes pastagerechten, bereid door chef Stefano Cavallari.



www.spaghetteria-pastabar.nl

Gourmetten met pizza

De Italiaanse 'Pizzafestijn' Catering verzorgt naast Italiaanse hapjes en een live cooking buffet met pizzahapjes ook de mogelijkheid om te pizza-gourmetten. Tijdens het pizza-gourmetten kunnen gasten kleine verse pizzabodems bedekken met pizzasaus en zelf beleggen. Deze mini-pizza's worden vervolgens in kleine pizza-ovens gebakken. Het pizza-gourmetten kan in combinatie met een saladebuffet en ovenvers gebakken Italiaanse broden.



Pizza hoortje

De Kono Pizza is een authentieke Italiaanse vinding waarbij het pizzadeeg een hoortje wordt gemaakt, waar vervolgens de tomatensaus, kaas en alle overige ingrediënten ingaan. Dit shop-in-shop concept wordt inmiddels wereldwijd al in 16 landen verkocht. De Kono pizza concept werkt voornamelijk met franchisers en relatief kleine ruimten in drukke straten. De vraag is alleen wanneer ze ook in Nederland verkrijgbaar zijn.



www.horecatrends.com

De pizzadoos als kunst

Een goede Italiaanse pizzeria steekt een hoop werk in een lekkere pizza. Het is dan een tikkeltje ontvullend (en ook wel teleurstellend) om te weten dat deze pizza's vaak worden verpakt in een goedkope kartonnen doos. Gelukkig zijn er ook Italiaanse pizzeria's te vinden die niet alleen opvallen met hun pizza's maar ook met een unieke pizzadoos. (Foto: www.italieplein.nl)



De Pizzabakkers

De Pizzabakkers 'Pizza & Prosecco' hebben als enige een houtoven in Amsterdam en Haarlem. Door de droge lucht van vierhonderd graden karamelliseert het deeg en zijn de verse ingrediënten op de pizza binnen drie minuten gaar, waardoor de smaak behouden blijft. De Pizzabakkers vinden veiligheid en duurzaamheid belangrijk en daarom kan je hier alleen betalen met PIN of creditcard.



Foto: www.depizzabakkers.nl



Foto: www.eataly.it

Eataly

Eataly is een enorm food plaza waar consumenten kennis kunnen maken met hoogwaardige Italiaanse producten. Eataly heeft 17 vestigingen in onder andere Italië, Japan en de Verenigde Staten. In Eataly kunnen mensen proeven en leren van de Italiaanse keuken. Naast bijvoorbeeld het volgen van workshops kan men uiteraard ook producten kopen.

Bezoek en besteding

De bestedingen in de restaurantsector als totaal maar ook in de Zuid-Europese restaurants in het bijzonder hebben de afgelopen vijf jaar een forse tik gekregen. In de eerste maanden van 2013 is er sprake van een stabilisatie van de gemiddelde besteding.

De bezoekfrequentie van de restaurantsector als totaal en die van de Zuid-Europese restaurants is van af 2008 eveneens sterk gedaald maar ook hier is in 2013 sprake van een heel licht herstel. Gezien de economische vooruitzichten en het zeer lage consumentenvertrouwen zal herstel naar het niveau van 2008 nog enkele jaren gaan duren. Mogelijk dat de goedkopere concepten (Fast casual Dining) in de komende jaren door de lagere besteding sneller herstel zullen laten zien.

Aanbod

De Italiaanse keuken blijft populair onder de Nederlanders zo blijkt uit de stabiele groei van Italiaanse restaurants in de afgelopen tien jaar. Dit terwijl de Nederlands-Franse restaurants en de Chinees-Indische restaurants, de twee andere grote sub sectoren, het aanbod zagen dalen. Als de ontwikkelingen van de laatste 3 jaar zich zullen voortzetten, dan zal het aantal Italiaanse restaurants de komende jaren verder stijgen naar circa 1.400 in 2015. De vraag is echter of de daling van de gemiddelde besteding in 2012 en het marginale herstel in 2013 de groei niet zullen stagneren.

Gezond, gemak en betaalbaar

De gezondheidstrend komt als één van de belangrijke trends naar voren bij de ontwikkeling van Italiaanse restaurants. De Italiaanse / Zuid-Europese keuken heeft in de afgelopen jaren vooral geprofiteerd van het imago van 'lichte en gezonde' maaltijden. Onderzoek heeft uitgewezen dat het mediterrane dieet het risico op hart- en vaatziekten vermindert door het gebruik van olijfolie, groente, granen, noten en vis. Dit heeft geresulteerd in een verhoogde aandacht voor de mediterrane eetcultuur. Dit blijkt ook uit de sterke groei van Zuid-Europese restaurants.

Italiaanse fast casual concepten als Vapiano, Happy Italy, Julia's en Go Pasta die de afgelopen jaren succesvol zijn, richten zich op verse en gezonde maaltijden. Bovendien richten deze concepten zich op het drukke leven van mensen en eenpersoonshuishoudens waar behoefte is aan goedkope maaltijden en snelle service. De combinatie van gezond, gemak en betaalbaarheid maken deze concepten zo populair. De verwachting is dat het aanbod van deze Italiaanse fast casual concepten verder zal toenemen.

Marktverbreding en verdieping

De klassieke pizzeria ristorante bestaat al zeker veertig jaar in Nederland, maar in de afgelopen jaren is er sprake van een duidelijke verbreding en verdieping van de Italiaanse keuken en typen restaurants. De Italiaanse restaurants beginnen zich steeds meer te differentiëren om zich te onderscheiden van hun collega's. Hierbij moeten we denken aan het serviceniveau, de inrichting, de kwaliteit, maar ook door steeds meer streekgebonden en authentieker te gaan koken. Naar verwachting zal het onderscheid tussen de keuken uit verschillende Italiaanse streken duidelijker zichtbaar worden bij Italiaanse restaurants in alle segmenten.

Professionalisering in de branche

De belangrijkste ontwikkeling binnen de Italiaanse restaurantsector is het culinair niveau waarop de gerechten bereid worden. De Italiaanse restaurantsector in Nederland is momenteel grote stappen aan het maken om de Italiaanse keuken naar de top te brengen. Dat uit zich in het ontstaan van een Italiaans restaurantkeurmerk, de samenwerking met een beroemde Italiaanse kookschool en de eerste Italiaanse restaurantgids. Dit zijn indicaties die duiden op een volwassen sector.

In de toekomst zal de aanwezigheid van Italiaanse restaurants in de culinaire top toenemen. Nederland mag de komende jaren kennismaken met de échte Italiaanse keuken. Met name de combinatie van nieuwe kooktechnieken, traditionele gerechten en regionale producten met een moderne twist maken dat de Italiaanse keuken blijft ontwikkelen.



Bronnenlijst

Bedrijfschap Horeca en Catering
Centraal Bureau voor de Statistiek
www.kenniscentrumhoreca.nl
www.italianchamber.nl
www.accademiaitalianacucina.it
www.10q.it
www.alma.scuolacucina.it
www.desmaakvanitalie.nl
www.italieinbedrijf.nl
www.italieplein.nl
www.ilgiornale.nl
www.vapiano.com
www.spaghetteria-pastabar.nl
www.depizzabakkers.nl
www.eataly.it
www.happyitalie.nl
www.misspublicity.nl
www.retail.nsstations.nl/formules/julia-s/home
www.robertosrestaurant.nl
www.ristorante-mediterraneo.nl
www.restaurant-incanto.nl
www.restauranttoscanini.nl
www.opazzo.nl
www.vinoecucina.nl
www.smeg.nl/news
www.fiatpress.nl/press/
www.horecatrends.com



Bekijk ook onze andere publicaties op www.spronsen.com

Dit brancheonderzoek is samengesteld door Lennert Rietveld. Voor meer informatie en/of reacties of vragen over het onderzoek kunt u contact opnemen met Lennert Rietveld, senior adviseur bij Van Spronsen & Partners horeca - advies, tel. 071 541 88 67 of e-mail: Lennertrietveld@spronsen.com.

