The Restaurant Insider: prima edizione a Villa Monterosa

scritto da Monica Volta | 15/10/2022



A Milano si è svolto un incontro tra esponenti dell'industria della ristorazione. L'obiettivo è stato quello di fare il punto sulla situazione attuale del settore e sugli scenari futuri

A Milano, nella prestigiosa sede di **Sun Tzu Consulting** di via Monterosa, si è svolta la prima edizione di **The Restaurant Insider**, un appuntamento informale tra esponenti dell'industria della ristorazione. L'obiettivo dell'evento è quello di **fare il punto sulla situazione del settore**, discutendo – tra le altre cose – di franchising, di trend attuali e futuri e analizzando case history di successo.

The Restaurant Insider: gli ospiti della prima edizione

Ad accogliere gli ospiti **Fabrizio Frombola**, Chief Business Officer di STC, la holding che annovera

anche i brand **Filetteria Italiana**, **Magnaki** e **El Takomaki**.

Prima a salire sul palco è stata **Sara Silvestri**, Senior Consultant di TradeLab, che ha analizzato il mercato dei consumi fuori casa, sottolineando come il settore dopo l'arresto dovuto alla pandemia, segna una veloce ripresa e arriva a sfiorare i valori pre-pandemia del 2019 (85mld di Euro).

Dal dibattito è anche emerso come ci sia una maggiore attenzione alla sostenibilità e alla qualità del prodotto, nonché alla ricerca di un experience da far vivere all'utente finale. È stato analizzato, inoltre, il mercato delle catene, protagonista di un ampio margine di crescita.

The Fork compie 15 anni e si distingue per dinamicità

Gli approfondimenti di **The Restaurant Insider** sono proseguiti con l'intervento di **Valentina Quattro**, Industry Relations Directory Italia e Spagna di The Fork. La manager ha ricordato che l'app che ha rivoluzionato il mondo della prenotazione food quest'anno compie 15 anni. Tante sono state le novità introdotte da The Fork, come il pagamento del conto tramite QR code o direttamente dalla app.

Alberto Cogliati, Segretario Generale di **Assofranchising** ha analizzato in particolare il settore dell'Horeca.

> «Il mercato della ristorazione merita un'attenzione particolare ed è per noi doveroso contestualizzarlo e declinarlo all'interno del settore franchising dove occupa una posizione da attore protagonista con ben 4.675 punti vendita in Italia e un giro d'affari di oltre 3 miliardi di euro. Sono numeri che lasciano ampio spazio a una possibile crescita del settore, considerando come la ristorazione in franchising possa contare su un modello in grado di mettere a disposizione dei ristoratori know-how specialistico e un'efficiente organizzazione dei punti vendita. Tuttavia la crescita inarrestabile delle bollette unita al rincaro delle materie prime e agli affitti sempre più altri, rischia di compromettere le attività portate avanti con determinazione dai ristoratori in franchising. Come associazione stiamo lavorando su molti fronti per aiutare i franchisor nel superamento di questa fase molto complessa».

Sun Tzu Consulting: progetti ambiziosi in Italia e all'estero

Ultima a salire sul palco **Monica Nastrucci**, responsabile editoriale delle riviste Food Service e Dolcesalato, due brand del Gruppo Food, che ha intervistato **Edoardo Maggiori** (CEO e Founder di STC), **Andrea Lupo** (CFO e Co- founder di STC) e **Fabrizio Frombola**.

A marzo 2022, Maggiori è stato inserito dalla rivista Forbes Italia, tra i 100 imprenditori più talentuosi under 30 in Italia e tra i 5 migliori under30 italiani nel settore food. È lui la mente creativa e visionaria che nel 2015 ha creato il primo ristorante **La Filetteria Italiana**, per poi continuare ad espandersi.

Nel 2019 l'amico di sempre Andrea Lupo crede nel progetto ed entra come socio e CFO. Inizia così il processo di sviluppo della catena di ristoranti. Attualmente Sun Tzu Consulting possiede 13 ristoranti tutti a Milano, di cui sei aperti nel 2021, durante la pandemia.

La Filetteria Italiana è il format dedicato ai filetti di carni, Magnaki è l'uramakeria di carne, mentre El Takomaki è la catena di mexican sushi acquisita lo scorso gennaio.

Con l’arrivo di Fabrizio Frombola l’azienda è pronta per crescere ancora. Ed è di questo che si parla durante l’incontro. Il gruppo è pronto a ampliarsi ulteriormente sviluppando nuovi brand prima in varie città italiane e poi in città estere come Londra, Dubai, Parigi, Monaco, Praga, Budapest e Stoccolma.