

# Anàlisi del sector de la restauració a Barcelona

## Resum executiu



Març 2017

**Estudi realitzat per:**

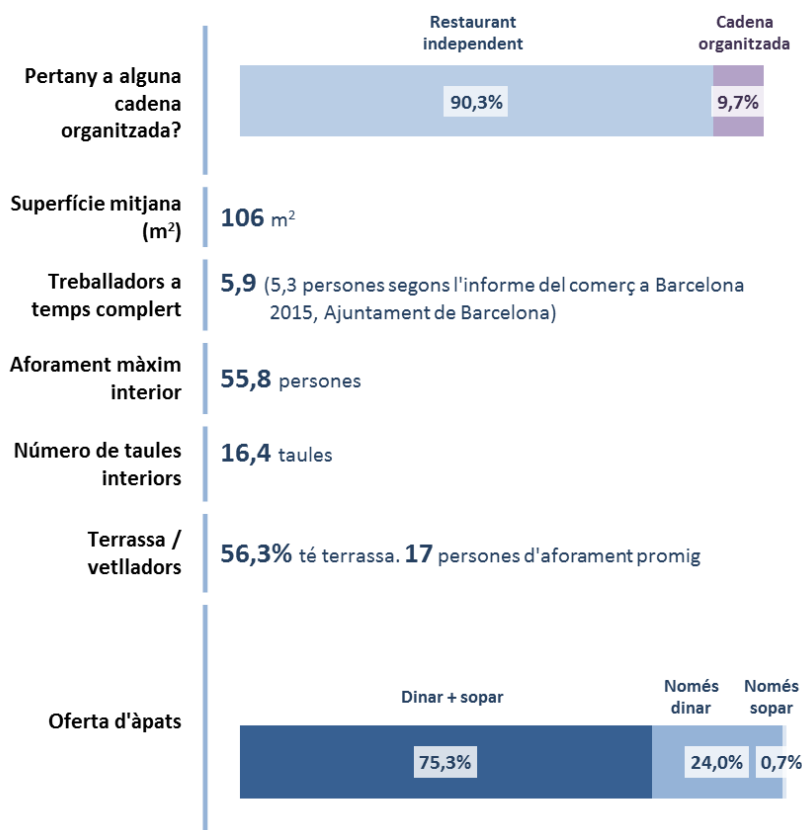


**El present estudi té com a objectiu analitzar el sector de la restauració de Barcelona en relació a 4 eixos: la tipologia de restaurants, les tendències i innovacions, la cadena d'aprovisionament de productes frescos i la despesa mitjana i grau de satisfacció dels residents.**

Metodològicament s'han realitzat 600 enquestes presencials a responsables d'establiments de restauració, i 400 enquestes a residents de la ciutat de Barcelona.

### Tipologia de restaurant

Les característiques del restaurant mitjà a Barcelona queden resumides en la següent taula:



**El tiquet mitjà per persona es situa en 16,8 €.** Les palanques principals que fan incrementar el tiquet mitjà i la facturació són:

- La tipologia d'establiment restaurant, en comptes de bar-restaurant o cafeteria-restaurant
- La pertinença a una cadena organitzada
- La dimensió de l'establiment
- El posicionament turístic de l'establiment, entès com la capacitat d'atraure turisme dins el seus clients.

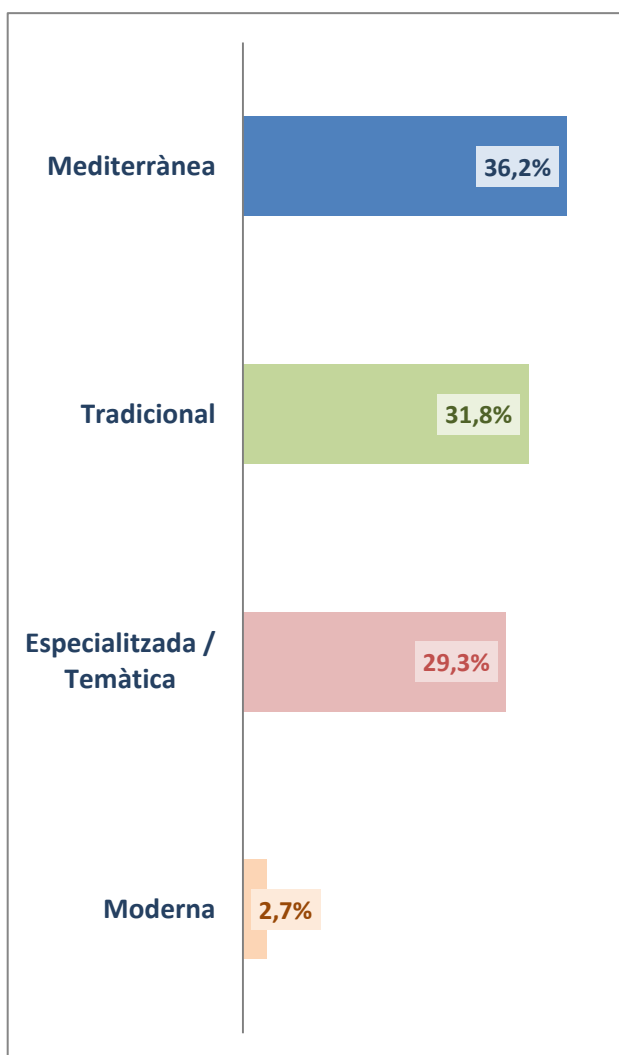
Per altra banda, els establiments que pertanyen a **cadena organitzades i/o tenen una significativa atracció de clients turistes** tenen:

- Major intensitat de contractació de llocs de treball per unitat de superfície
- Major facturació per unitat de superfície
- Una oferta més completa (dinar+sopar)
- Un major enfoc a servei de carta, en comptes de menú

De fet l'any 2015, el 61,7% dels restauradors valoren el turisme com un element favorable per el seu negoci, segons l'informe del Comerç a Barcelona, 2015, de l'Ajuntament de Barcelona.

Pel que fa al tipus de cuina, **més del 68% de la oferta es focalitza cap a propostes de cuina Mediterrànies i/o locals**. Gairebé el 30% de la oferta es centra en cuines temàtiques/especialitzades, i menys del 3% representa la cuina moderna.

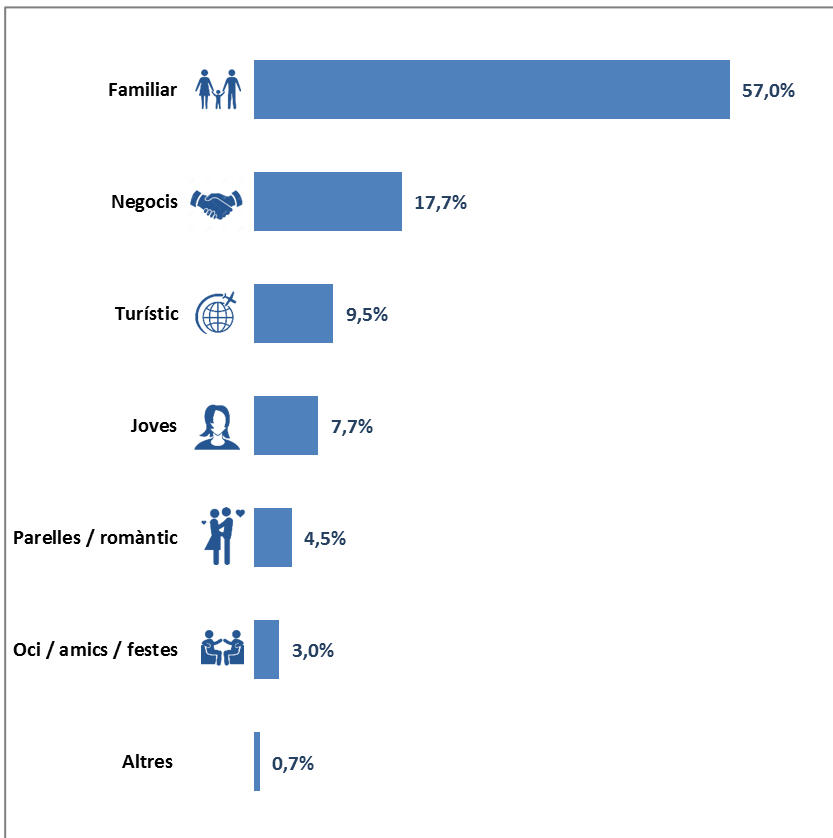
- Les principals cuines temàtiques / especialitzades són amb gran diferència la italiana, seguida per la xinesa, japonesa, àrab i americana.
- El posicionament turístic i la especialització de la cuina també mostren un grau de relació significatiu. Així, un major posicionament turístic es tradueix en un posicionament temàtic vers la cuina italiana, americana, oriental i vegetariana/flexitariana. Per contra, en els establiments no influenciats per la demanda turística predomina el format xinès, japonès, italià i mexicà.



**La carta és el principal tipus de servei ofert (51,3%)** seguit del menú (43,2%). **Els establiments amb un posicionament de servei de Menú estan enfocats als àpats de migdia**. El 62,2% dels establiments que tenen carta ofereixen un servei de dinar i sopar, i només un 17,4% ofereix només dinar. Per contra, el 78,5% dels establiments que ofereixen menú només tenen servei de dinar, i només el 32,1% ofereix un servei de dinar+sopar.

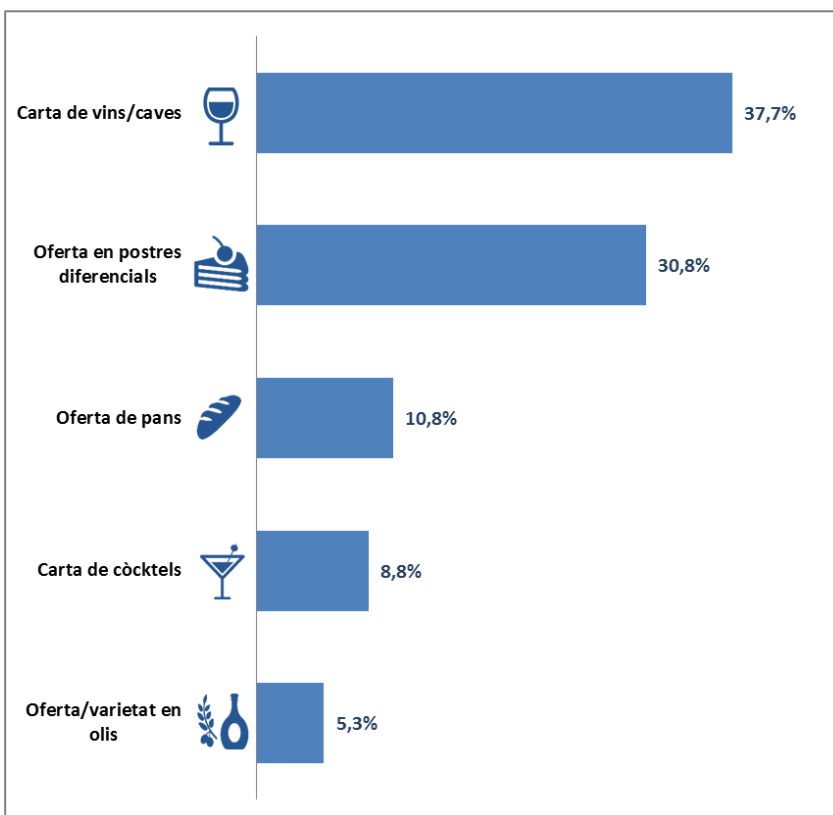
**La majoria d'establiments de Barcelona mostren un perfil i tipus d'ambient molt transversal.**

En termes generals, els establiments s'identifiquen amb 5,2 tipus d'ambient d'un total de 7. En quant a l'ambient principal, predomina la família (57%), seguit dels negocis (17,7%) i del turisme (9,5%).



**Els principals elements de diferenciació són la carta de vins i caves (37,7%) i la oferta de postres (30,8%).**

- En general, els establiments que busquen la diferenciació en els vins, postres, còcktels i/o olis tenen un major tiquet mig per persona, una major nombre de treballadors i una major afluència de turistes.
- L'oferta de pans, en canvi, es transversal i uniforme respecte els característiques i tipologies dels establiments.

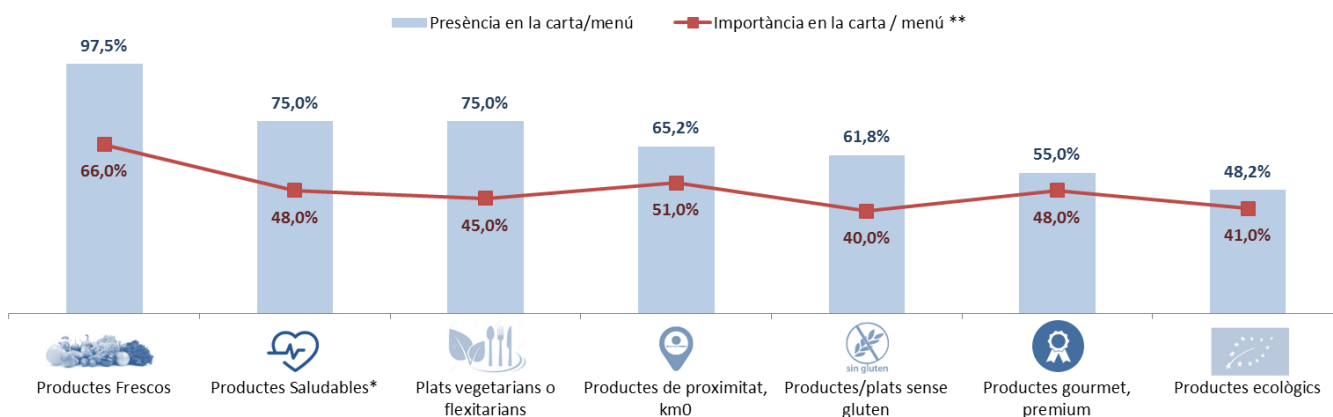


### Innovacions i tendències

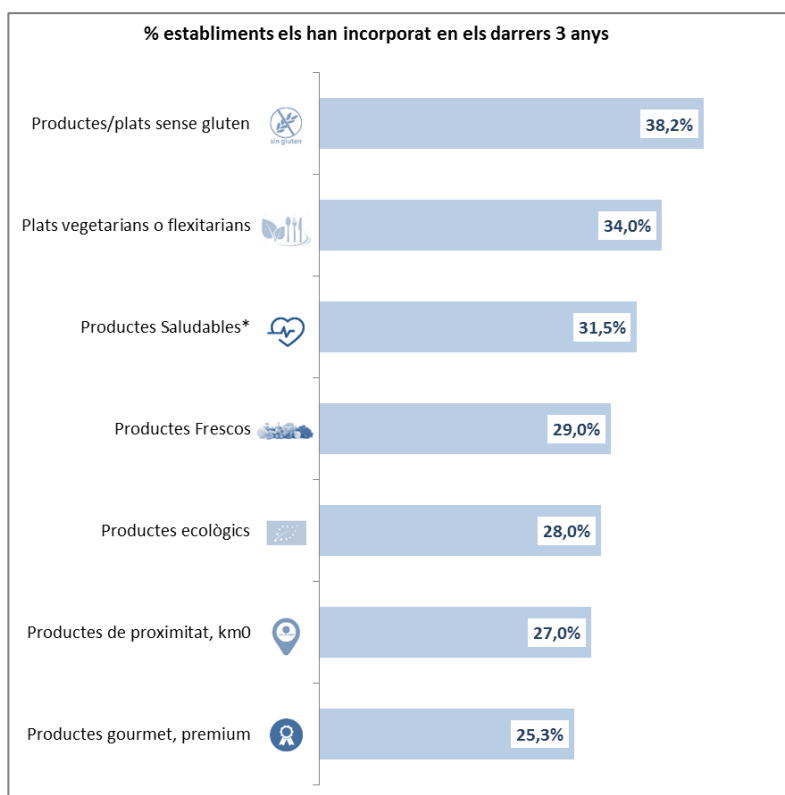
Les primeres 4 tendències en relació a la composició del la carta / menú estan relacionades directa o indirectament amb el producte fresc i amb la salut.

Per ordre de nombre d'establiments que tenen presència en la carta/menú es troben els **productes frescos** (97,5%), els **saludables** (75,0%), els **vegetarians/flexitarians** (75,0%) i els de **proximitat** (65,2%) -habitualment el producte de proximitat fa en referència al producte fresc de proximitat-.

En relació a la importància (penetració en la carta, és a dir, si és una presència testimonial o significativa) de cada tipus de producte, aquells que tenen una presència més significativa són els productes frescos (66%), seguits dels de proximitat (51%), els saludables (48%), i els gourmet (48%).

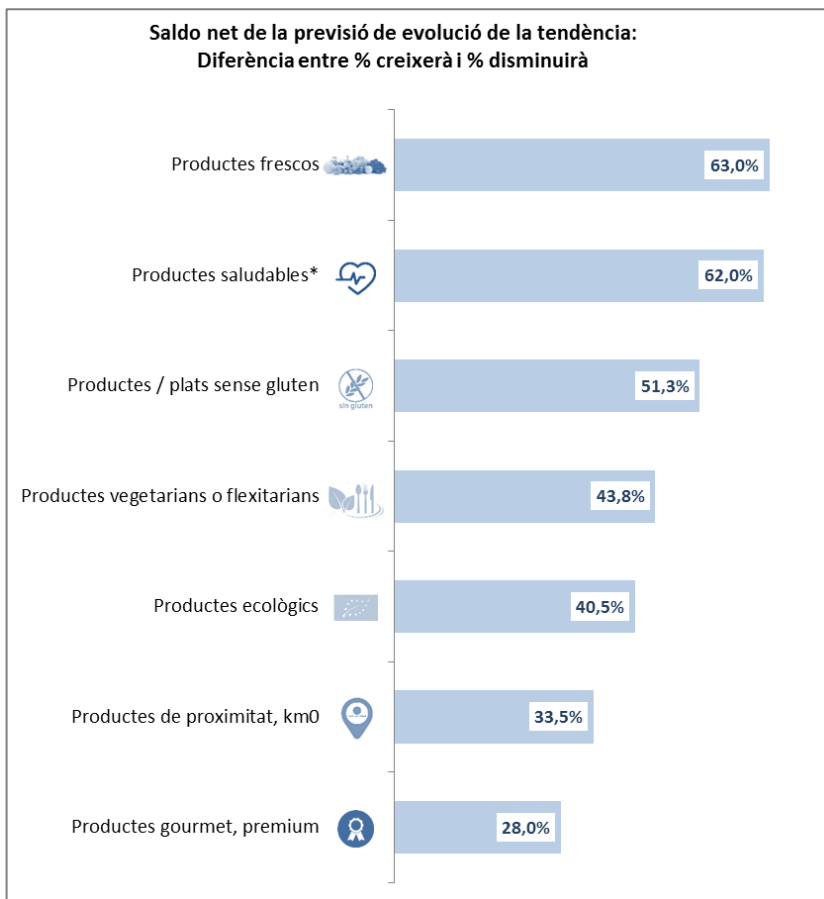


Independentment de la presència o importància en la carta dels diferents productes, en els darrers 3 anys les principals incorporacions (amb més o menys intensitat) han estat: els productes / plats **sense gluten**; els plats **vegetarians / flexitarians**; els productes **saludables**; els productes **frescos**.

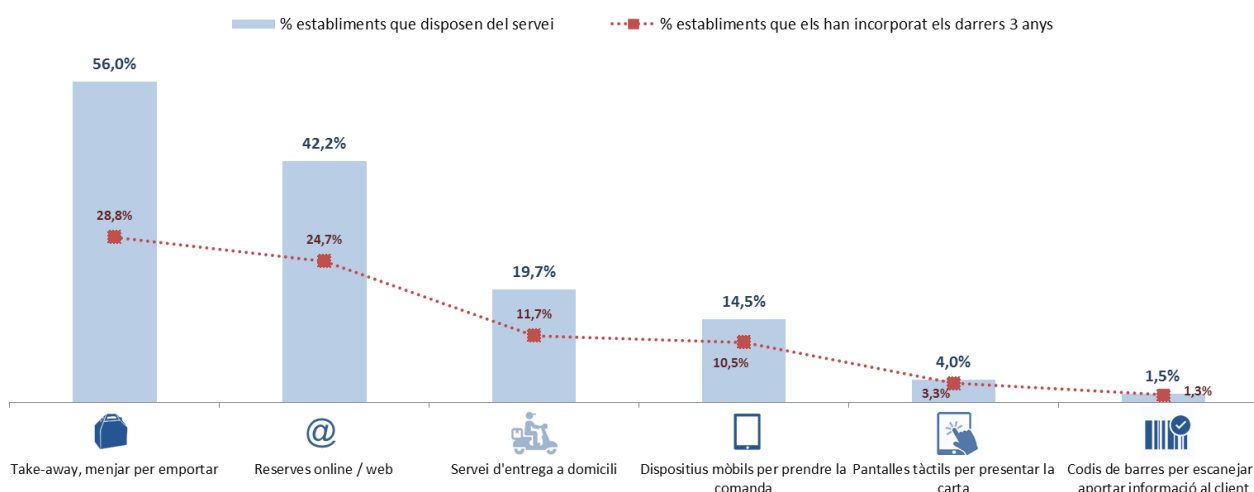


Pel que fa referència a les expectatives i previsió d'evolució de les tendències de demanda en cada tipus de producte, **existeix una gran coincidència en que la demanda de productes frescos i productes saludables creixerà de forma significativa en els propers anys.** Ambdós aspectes (el producte fresc i el producte saludable) són molt transversals entre els diferents segments de demanda.

En següent lloc, les expectatives indiquen que creixeran també de forma significativa la demanda de productes/plats sense gluten i els vegetarians/flexitaris.

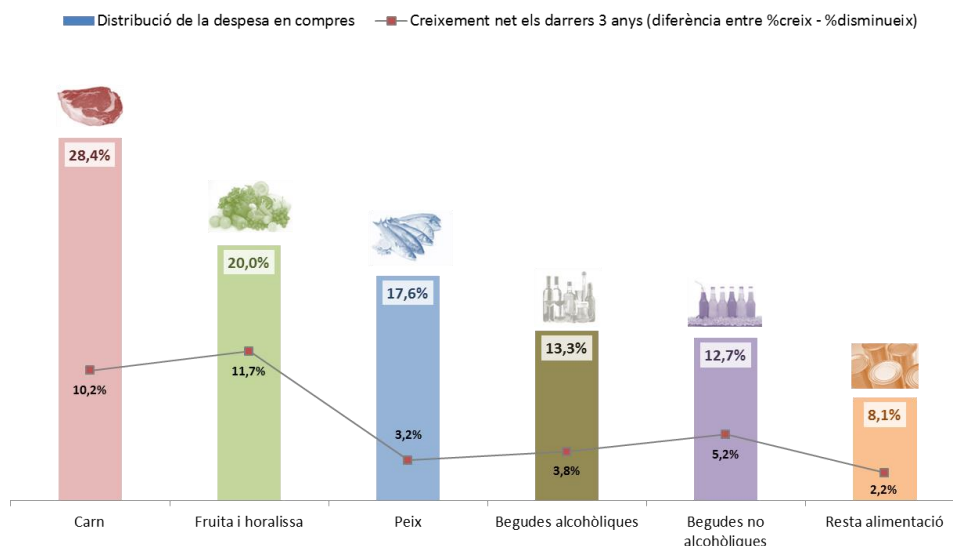


**En quan a les innovacions tecnològiques i en servei, destaquen aquelles enfocades a la accessibilitat i omnicanalitat del establiment:** menjar per emportat, reserves online i entrega a domicili. Les innovacions purament tecnològiques tenen molt menys pes (dispositius mòbils, pantalles tàctils o codis de barres en la carta)



## Canal d'aprovisionament

La distribució de la despesa en compres de productes alimentaris està liderada per el producte fresc. La despesa en **carn** representa el 28,4% del total de despesa alimentaria, la **fruita i verdura** el 20,0%, el **peix** el 17,6%, les **begudes alcohòliques** el 13,3%, seguides de les **begudes no alcohòliques** (12,7%) i la resta de **productes alimentaris** (8,1%).



Pel que fa a les polítiques de lluita contra el malbaratament alimentari i el reaprofitament de l'excedent alimentari, només el 47% dels establiments manifesta que el seu personal rep formació continuada per a reduir el malbaratament. Aquets percentatge és significativament més alt en el cas d'establiments que pertanyen a una cadena organitzada, fins a un 70,7%. No obstant, només el 6,2% dels establiments col·labora amb alguna entitat social, ONG, etc. a qui envien els excedents alimentaris.

## Expectatives de la marxa del negoci

L'evolució de la facturació en els darrers 3 anys ha estat positiva en termes generals. El 26,7% dels establiments manifesten que la facturació ha pujat (en promig un 15,3%), mentre que el 18,7% dels establiments manifesten que la facturació ha baixat (en promig un -22,2%). **Per tant, el saldo net mostra un creixement del +8%** (% establiments que han augmentat la facturació menys % establiments que l'han disminuït en els darrers 3 anys).

Els formats que més han crescut en facturació són: els restaurants, els establiments que pertanyen a cadenes organitzades, els establiments amb servei complet de dinar + sopar, i els establiments amb posicionament vers el segment turístic.

L'evolució del tiquet mitjà és més moderada que l'increment en facturació i nombre de clients. El saldo net mostra un creixement del +3,2% (% establiments que han augmentat el tiquet mitjà menys % establiments que l'han disminuït en els darrers 3 anys).

Per tant, es pot concloure que **l'augment de facturació ha estat produït sobretot per un augment en l'afluència de clients, no tant per un augment de la despesa d'aquests.**



## Valoració

**La valoració de la oferta de restauració per part dels residents és molt positiva.** Destaquen en primer lloc els aspectes més associats a l'experiència (qualitat, satisfer necessitats, decoració i ambient), seguits dels aspectes més associats al servei (professionalitat i relació qualitat-preu).

