



ALCOL
ZERO

SCENARI/FORMIND

FUORI CASA: TRA RESILIENZA E INNOVAZIONE

**CRESCITA MODERATA NEL 2024:
VALORE IN AUMENTO, VOLUMI
IN CALO. L'INCERTEZZA ECONOMICA
E LA CRESCENTE ATTENZIONE A STILI
DI VITA SALUTARI HANNO SEGNATO
L'ANNO. IL BEVERAGE DEALCOLATO
EMERGE COME RISPOSTA ALLE
NUOVE TENDENZE DEI CONSUMATORI**

DI ANTONIO FARALLA

Il mercato Fuori Casa ha chiuso il 2024 con una performance positiva, ma non senza difficoltà. **A livello di volumi, l'aumento è stato contenuto, fermandosi a +0,5%, mentre il valore ha registrato una crescita più consistente, pari al +4,4%.** Questo risultato non ha sorpreso gli analisti, poiché era in linea con le previsioni rilasciate da Formind a ottobre 2023. Tuttavia, il percorso dell'anno è stato tutt'altro che lineare: dal mese di settembre in avanti, **il canale ha progressivamente e roso il 50% del vantaggio acquisito nei primi otto mesi dell'anno in termini di volumi**, riducendo anche il valore medio dello scontrino di circa lo 0,6%.

DIVARIO TERRITORIALE E TENDENZE DEL MERCATO

L'analisi territoriale del mercato Fuori Casa evidenzia una

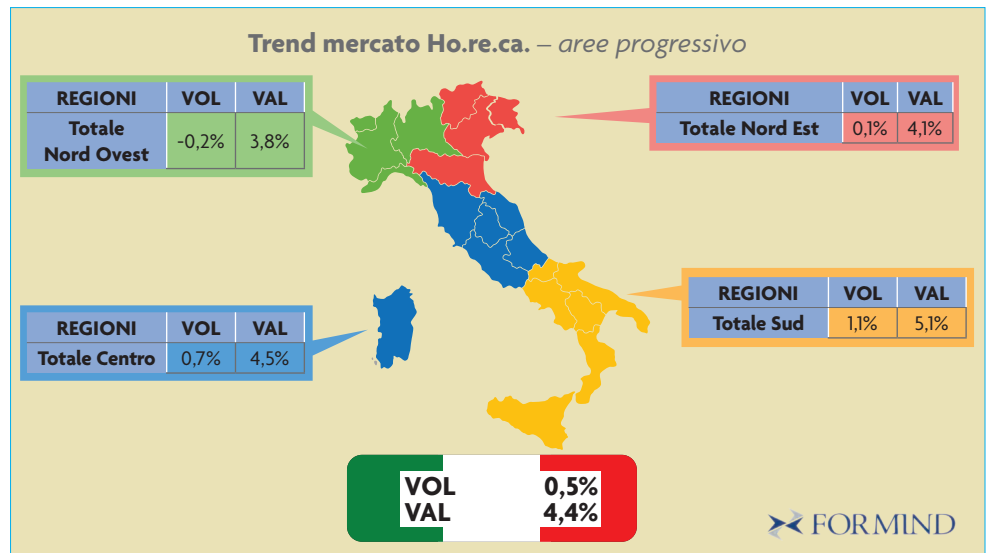
performance migliore nelle regioni centrali e meridionali, con **il sud Italia che ha mostrato risultati superiori rispetto al nord**. Le categorie di prodotto hanno vissuto andamenti contrastanti: **birra, spirits e aperitivi hanno registrato performance inferiori rispetto al trend di mercato**. Tuttavia, per quanto riguarda gli spirits, alcune tipologie hanno fatto segnare risultati positivi, contrastando l'andamento negativo generale. È interessante notare come i canali notturni abbiano avuto un andamento superiore rispetto a quelli diurni, e come pizzerie e ristoranti a catena abbiano registrato trend positivi, in controtendenza con la ristorazione tradizionale, che ha faticato a recuperare terreno.

IL CONSUMATORE E IL COMPORTAMENTO D'ACQUISTO

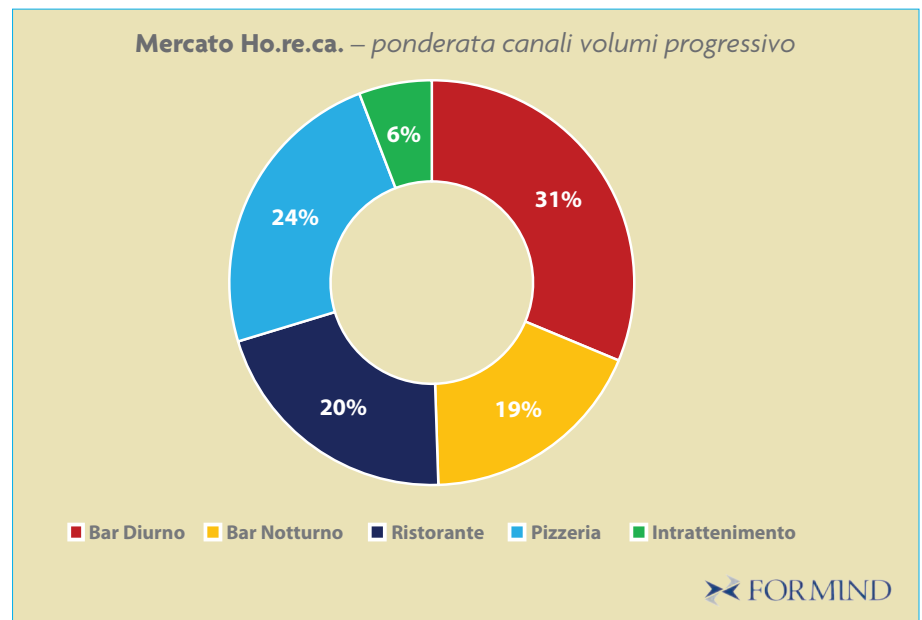
Dal punto di vista del comportamento del consumatore, **il canale non ha perso significativi volumi di clientela**, anche se si è osservata una riduzione nel numero di atti di acquisto e una stabilizzazione del valore medio dello scontrino in linea con l'inflazione. Un dato interessante riguarda **l'aumento degli acquisti da parte dei consumatori non residenti, mentre quelli italiani hanno mostrato una certa flessione**. La crescita del valore dello scontrino è stata determinata dalla cautela dei consumatori, sempre più attenti a scelte economiche più conservative.

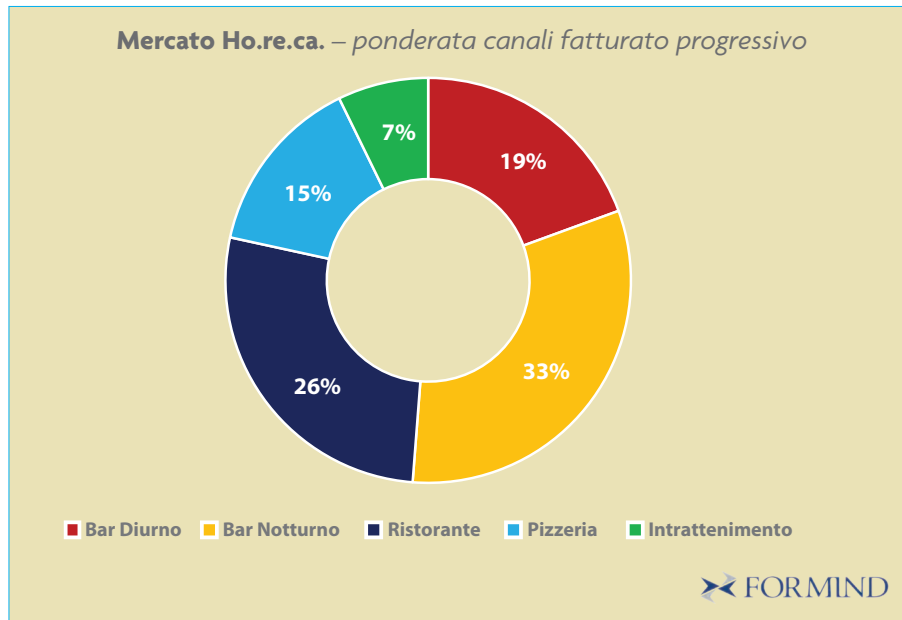
I FATTORI CHE INFLUENZANO IL MERCATO

A livello macroeconomico, diversi fattori hanno influenzato il mercato Fuori Casa nel 2024. **La stagionalità climatica, con un'estate instabile, ha avuto un impatto sui consumi**, così come la persistenza dello smart working, che ha ridotto le occasioni di consumo nei periodi diurni. In parallelo, **il consumatore non residente ha continuato a preferire consumi meno intensi**



rispetto a quello italiano, e il crescente interesse per uno stile di vita salutistico ha avuto una rilevanza crescente nelle scelte d'acquisto. Inoltre, il quadro economico generale, caratterizzato da aumenti dei costi dei servizi e dei prodotti, ha determinato una pressione sui consumatori. **A fine anno, si sono aggiunte le nuove sanzioni stradali legate alla guida in stato di ebbrezza, uso di stupefacenti ed eccesso di velocità, che hanno rallentato i consumi di prodotti alcolici**. Le modifiche alle normative hanno generato una riflessione sul possibile futuro dei prodotti low alcohol, i quali potrebbero diventare una risposta alle preoccupazioni dei consumatori.





LE PROSPETTIVE FUTURE PER IL SEGMENTO NO/LO

Le prospettive per il segmento low alcohol sono promettenti, ma non prive di sfide. La crescente attenzione alla salute e il desiderio di ridurre il consumo di alcol sono fattori che spingono in questa direzione, ma la resistenza culturale e il forte legame degli italiani con le bevande alcoliche tradizionali potrebbero rallentare l'espansione del mercato. Tuttavia, i segnali di crescita sono evidenti, e il cambiamento nel comportamento d'acquisto, in particolare tra i più giovani e tra i consumatori più consapevoli, fa presagire una maggiore accettazione del fenomeno. Inoltre, le novità normative, come le sanzioni stradali relative alla guida sotto l'effetto dell'alcol, potrebbero favorire ulteriormente l'adozione di alternative low alcohol.

Se da un lato queste misure potrebbero spingere i consumatori verso scelte più responsabili, dall'altro potrebbero incentivare l'industria a diversificare la propria offerta e a sperimentare nuovi prodotti, in grado di rispondere alle esigenze di un pubblico sempre più attento alla salute. E se il 2024 è stato un anno complesso per il mercato Fuori Casa, il segmento del beverage dealcolato, tuttavia, ha mostrato segnali positivi, rispecchiando i cambiamenti nelle abitudini dei consumatori verso scelte più salutistiche e consapevoli. **Sebbene il mercato sia ancora in fase di adattamento, le opportunità per il settore low alcohol sono evidenti**, e le tendenze in atto potrebbero definirne la crescita nei prossimi anni.

FOCUS SUL NO ALCOL

Il segmento del beverage dealcolato sta emergendo come una delle risposte più interessanti alle nuove tendenze dei consumatori, che mostrano un crescente interesse verso stili di vita più salutari. In particolare, **il consumo di birra e vino dealcolato ha visto una crescita significativa, con le birre low alcohol che rappresentano oltre l'80% del segmento low alcohol.** Questo trend, sebbene più recente nel nostro Paese, è parte di un movimento globale che cerca di coniugare il piacere del consumo con scelte più moderate in termini di alcol e zuccheri. E anche il mondo della mixology ha visto un'inversione di tendenza. **Sempre più consumatori scelgono prodotti a bassa gradazione alcolica, caratterizzati da un minor contenuto di zuccheri e da un maggiore utilizzo di frutta fresca**, un ingrediente che sta diventando sempre più popolare nei punti di vendita horeca. **La mixology del futuro sembra quindi orientarsi verso drink più leggeri e naturali**, rispecchiando una maggiore consapevolezza dei consumatori in merito alla loro salute. Nonostante il successo crescente di questi prodotti, l'Italia, con la sua forte tradizione vitivinicola, continua ad affrontare **resistenze culturali nei confronti del vino dealcolato.** La percezione di un prodotto che non rispetta appieno la tradizione è ancora una barriera significativa. La sfida per i produttori sarà quella di trovare un equilibrio tra l'innovazione e il rispetto della tradizione, cercando di sensibilizzare i consumatori senza compromettere l'autenticità del prodotto.

Contatti

🌐 www.formind.it
 @ mindcustomerservice@formind.it
 ☎ +39 081 18363843
 📍 Via Francesco Solimena, 155
 80129 – Napoli
 Via Filippo Corridoni, 15
 00195 - Roma

