

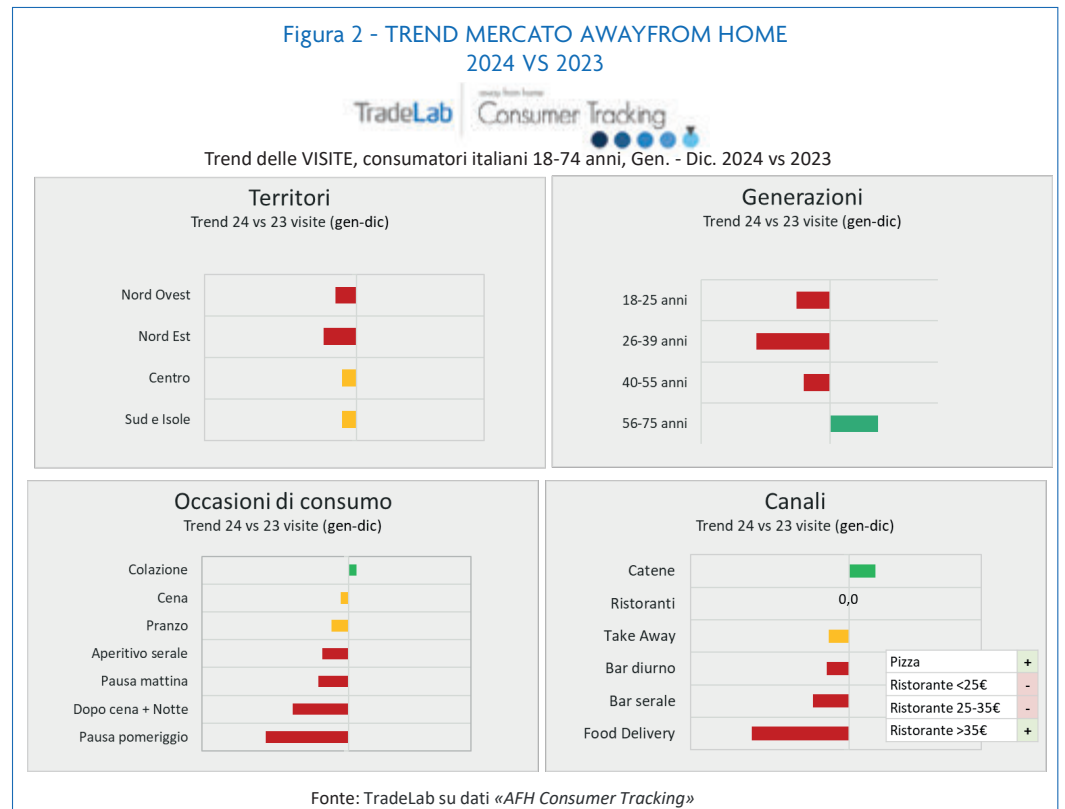
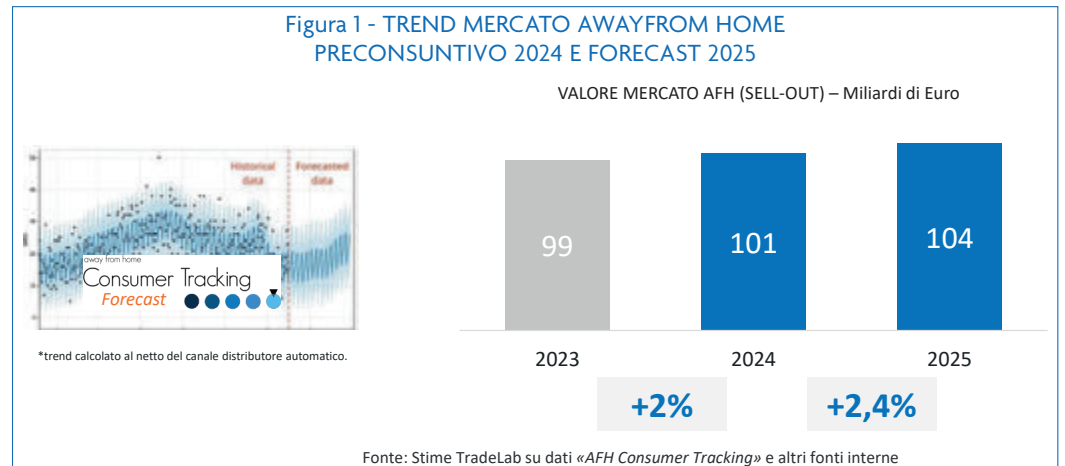


SCENARI/TRADELAB

CRESCITA, SFIDE E PROSPETTIVE PER IL NUOVO ANNO

DOPO GLI ANNI DELLA PANDEMIA E QUELLI DEL RIMBALZO POST-COVID, IL 2024 È STATO IL NUOVO "ANNO ZERO": FORTE CAUTELA DA PARTE DEI CONSUMATORI AFH, MESSI ALLA PROVA DAL CARO-VITA, MA ANCHE VOGLIA DI UN'EXPERIENCE DI VALORE

DI ANGELA BORGHI



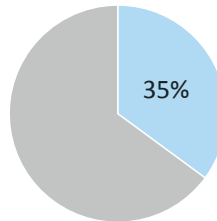
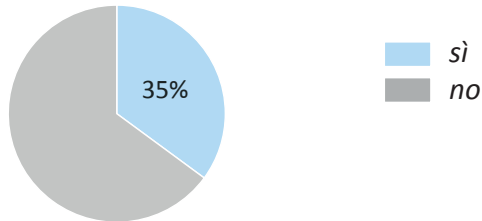
Dal covid in avanti, **il settore dei consumi Fuori Casa** si trova ad affrontare **svariate dinamiche, non solo endogene** al comparto (rialzo dei costi delle materie prime e della manodopera - staff in sala e in cucina) **ma anche esogene** ad esso (cambiamenti climatici, scenario globale geo-politico instabile). Le premesse, dunque, sono quelle di **un quadro che si complica per il mercato del Food&Beverage Fuori Casa (AFH)**. Accanto alla **conferma di trend già emersi** da alcuni anni, come la ricerca di **un'offerta non solo di qualità ma anche "consapevole" e "sana"**, si sono affacciati **nuovi**

Figura 3 - COME CAMBIA IL MODO DI FARE ACQUISTI DI BAR/RISTORANTI?

I bar/ristoranti oggi:

... sono **meno attenti alla qualità del prodotto**

... acquistano **più prodotti premium di alta qualità**



Fonte: Analisi TradeLab su interviste a gestori di Bar e Ristoranti

trend, osservati per la prima volta nel 2024, come la **maggiore attenzione al rapporto qualità-prezzo-servizio**. Oggi, sempre più che in passato, l'esperienza F&B Fuori Casa è **soddisfacente** nel momento in cui si consuma un buon prodotto, servito bene e che riesce a comunicare valori importanti per i consumatori. E solo tale soddisfazione per un'esperienza di valore, può - e

si è registrato un rallentamento delle visite (perimetro Italia). A compensare qualche carenza da parte della domanda interna, i flussi turistici internazionali in arrivo nel nostro Paese, hanno registrato un incremento in termini di presenze e fatturati; flussi che nel 2025 saranno ulteriormente rafforzati **dall'evento del Giubileo e dalla fase preparatoria delle Olimpiadi di Milano-Cortina 2026**. TradeLab stima che nel 2024 il **turismo estero** abbia generato all'incirca **10 miliardi di euro**, con un **impatto decisivo per la tenuta del mercato AFH nel periodo estivo**. Nel complesso, le **previsioni**, realizzate da **TradeLab** a fine 2024, hanno calcolato una chiusura d'anno (per il 2024) **pari a 101 miliardi di euro** di valore del mercato Away From Home e di una **crescita per il 2025 (+2% a valore)** che farà arrivare il **mercato Fuori Casa a quota 104 miliardi** (si veda figura 1). Dunque, quali sono le "macro" **eredità del 2024** che ci potremmo portare in questo nuovo anno?

Figura 4 - ANGELA BORGHI, RESPONSABILE COMMERCIALE AFH - ABORGHI@TRADELAB.IT
TRADELAB S.R.L. - VIA MARCO D'AVIANO 2, 20131 MILANO (MI)
WWW.TRADELAB.IT | AWAYFROMHOME@TRADELAB.IT | 02-799061

Consumer Tracking

Lo strumento per monitorare l'andamento dei Consumi Fuori Casa

AFH Consumer Tracking monitora in modo completo, continuativo e veloce dimensioni e trend del mercato Fuori Casa e delle diverse categorie di prodotto per canali, occasioni di consumo, territori, profili del consumatore.

- OGNI MESE > DATI DI MERCATO**
Frequentatori, visite, spesa, scontrini medi, valore dei canali e delle occasioni di consumo;
- OGNI TRE MESI > DATI DI CATEGORIA**
Stima consumazioni, varianti/tipologie/gusti/farciture, pack, size, trend, ruolo e ricordo del brand.

PRESENTAZIONI CUSTOMIZZATE dedicate ai team aziendali per interpretare in **chiave strategica** i risultati e supportare i Manager nella definizione delle **action da attivare**.

70.000 interviste web all'anno con lanci giornalieri

Oltre 15 canali, 9 occasioni di consumo, 30 macrocategorie di prodotto monitorate

Piattaforma online, report di sintesi mensili e trimestrali e presentazione dei risultati

OnTheMap
Geomarketing
TradeLab noovle

Il tool di Geomarketing dedicato al mercato Fuori Casa

OnTheMap Geo AFH permette di:

- visualizzare e scaricare i database di circa 350.000 punti di consumo AFH (bar, ristoranti, locali serali, hotel, catene, locali top, ...) qualificati per segmento e con un indicatore di attrattività per individuare i clienti più interessanti;
- visualizzare un set predefinito di informazioni geocodificate sulla domanda e sulla filiera AFH - consumi a sell-out e sell-in di categoria, punti di consumo AFH indipendenti e in catena, intermediari - per sviluppare Piani Canale;
- fare **analisi territoriali** di un bacino di riferimento per valutare il potenziale di specifiche aree e definire o rimodulare il piano di sviluppo delle vendite.

Liste qualificate di punti di consumo AFH e geolocalizzazione su mappa di tutte le informazioni sul mercato per supportare le aziende nella gestione operativa delle vendite e nell'implementazione delle attività di trade marketing.

deve - riuscire a vincere sull'esigenza di risparmiare, convincendo i consumatori a continuare a spendere. Nel 2024, l'analisi del mercato Horeca ha messo in luce un andamento piuttosto altalenante dei consumi Fuori Casa, con periodi di crescita alternati a momenti di calo. Un fenomeno che, in alcuni casi, è andato persino in contro-tendenza rispetto agli anni precedenti. In particolare, dal secondo trimestre del 2024

TERRITORI: FOCUS SULLE AREE DEL NORD ITALIA

Nel 2024, condizioni climatiche sfavorevoli nei mesi primaverili (Mar-Giu), inflazione che ha pesato in particolare sul target delle famiglie con bambini

piccoli e il persistere dello smart working nelle aree metropolitane, hanno causato rallentamenti sui consumi AFH in particolare nelle aree del **Nord Ovest e del Nord Est**, che hanno visto un **andamento più negativo rispetto alle aree del Centro-Sud** (si veda figura 2). Sappiamo che, storicamente, il Nord ha trainato i consumi Fuori Casa, per cui si tratta di un trend non trascurabile, che in qualche modo ha rotto degli “equilibri” e che andrà attentamente monitorato nel 2025.

OCCASIONI DI CONSUMO

Nel 2024 **solo la colazione** ha mantenuto un **segno più**. Si tratta dell'**occasione a minor scostamento** del Fuori Casa e per tale motivo capace di coniugare le **esigenze di risparmio** del consumatore alla **voglia di socialità**. **Stabili le occasioni “core” del pranzo e della cena**. In riduzione, nel 2024 rispetto al 2023 (perimetro italiani), le visite di tutte le altre occasioni, più «elastiche» al reddito. Il trend negativo incide meno sull'aperitivo serale e sulla pausa mattutina, mentre ha un impatto maggiore sulla pausa pomeridiana.

CANALI OFFERTA

Osservando **l'andamento dei canali di consumo AFH nel 2024** abbiamo, invece, **una situazione polarizzata**.

Quelli che nel 2024 **hanno performato meglio** sono stati, da un lato, i canali **“value-for-money”**: **le catene e le pizzerie**; dall'altro, **il canale più esperienziale**: **i ristoranti “top gourmet”** sostenuti dalla fascia di clientela Away From Home alto-spendente. Una quota importante di ristoranti sono, oggi, nella situazione di doversi consolidare attraverso un salto del livello di imprenditorialità. Tutti gli altri canali hanno visto un generale rallentamento. **I bar soffrono per uno scostamento medio ancora troppo basso** e sono alla ricerca di un posizionamento più efficace. La polarizzazione dell'offerta AFH, poi, non è solo a livello di scelte dei consumatori, ma anche di offerta.

Abbiamo recentemente analizzato che, mentre oltre un terzo dei gestori (35%) di bar e ristoranti siano **meno attenti alla qualità dei prodotti** e si stiano attualmente focalizzando su acquisti di prodotti **a prezzi più bassi**, una altrettanto ampia fetta di locali (35%) ha dichiarato di continuare a **preferire prodotti “premium”/di fascia superiore** (si veda figura 3). Per questo **2025 appena iniziato**, emergono due considerazioni fondamentali: da un lato, la necessità di **sviluppare portafogli ad hoc per l'Horeca**, sempre più mirati e capaci di soddisfare esigenze specifiche; dall'altro, l'importanza di continuare a stimolare il consumatore con un'**offerta di valore**, fondamentale in un mercato che si basa sull'experience.

Particolarmente delicata.
Particolarmente bionda.



Echte BrauSpezialitäten

