



SCENARI/FORMIND

CONSUMI HORECA: **SEGNALI POSITIVI E** SFIDE FUTURE

INDICATORI IN RIPRESA PER IL MERCATO BEVERAGE TRAINATO DA UNA BUONA STAGIONE ESTIVA, SOPRATTUTTO AL CENTRO-SUD. PER IL 2025 LE PRINCIPALI INCERTEZZE SARANNO LEGATE ALL'INFLAZIONE E AL COMPORTAMENTO DEI CONSUMATORI, CON IL RISCHIO DI UNA DIMINUIZIONE DEGLI ACQUISTI EFFETTUATI NEL CANALE FUORI CASA

DI LUCA DE VIVO

Con la chiusura di agosto, un mese cruciale per il canale Horeca perché rappresenta una fetta significativa dei consumi annuali, emergono i primi segnali sull'andamento del 2024. Dopo un inizio d'anno altalenante, in cui il mercato ha oscillato attorno alla linea dello zero, **i dati di agosto hanno spostato l'ago della bilancia verso il positivo. Attualmente, il dato progressivo segna un +1% a volumi rispetto al 2023.** Questo risultato conferma in buona parte le previsioni di Formind, formulate alla fine dello scorso anno, che avevano anticipato una chiusura in linea con l'andamento attuale.

Guardando al futuro, l'attenzione si sposta già sul 2025, dove si prevede che molte variabili potrebbero influenzare i consumi. Come ogni anno, questi temi sono stati approfonditi durante il M.O.M. (Mind Observatory Market), evento chiave in cui Formind analizza il comportamento d'acquisto dei consumatori e delinea le tendenze per il prossimo anno (dal 16 al 25 ottobre).

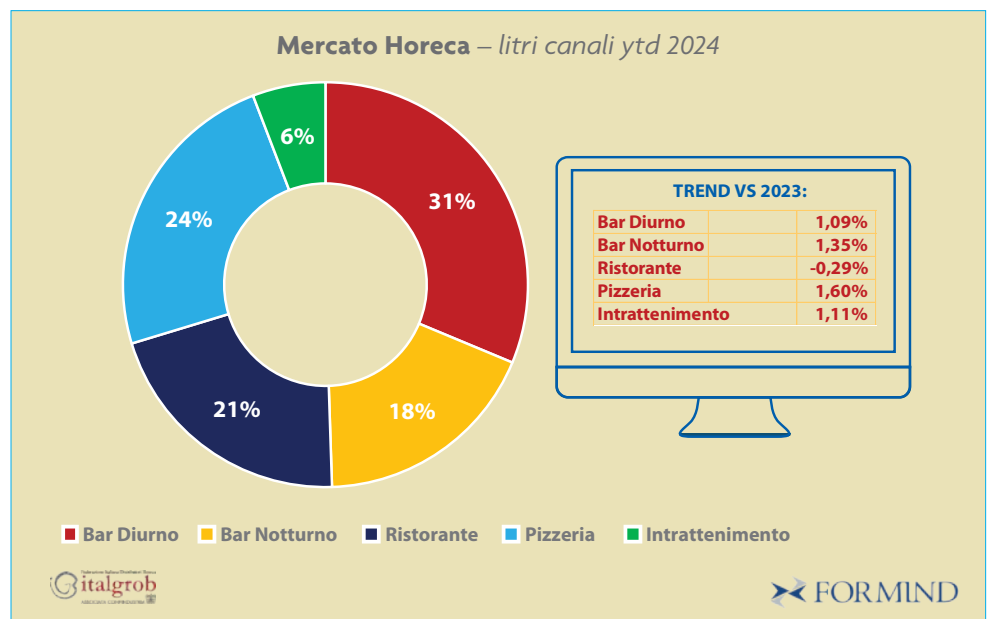
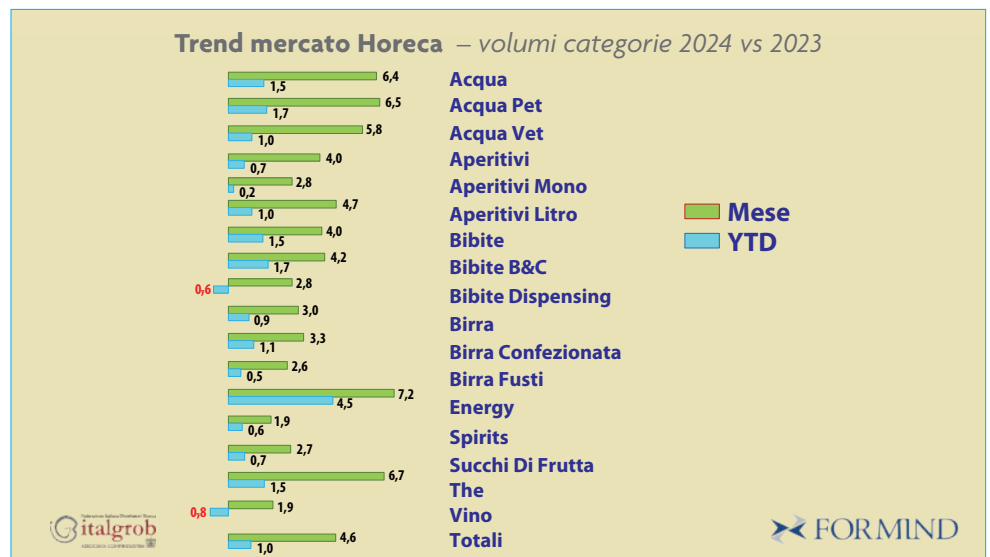
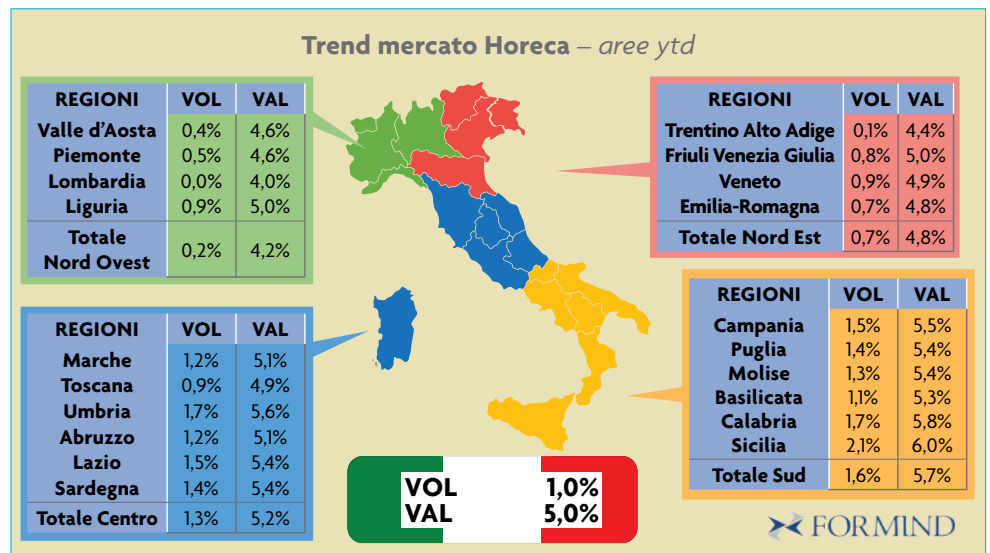
NORD VS CENTRO-SUD

Analizzando i primi otto mesi del 2024, si conferma ancora una certa differenza, seppur meno marcata, tra il Nord Italia e il Centro-Sud. Quest'ultima area ha registrato una crescita maggiore, spinta soprattutto dalle ottime performance di agosto, con un +6% al Centro e un +7% al Sud rispetto ai volumi del 2023. Tra i canali di consumo, è il settore delle pizzerie a guidare la classifica, conquistando il primo posto in termini di performance. Tuttavia, la ristorazione nel complesso subisce ancora una leggera frenata a causa del rallentamento del segmento dei ristoranti.

Dietro alle pizzerie, si collocano i bar notturni e i canali di intrattenimento, indicando che i consumi after dinner rimangono un punto focale per una parte significativa dei consumatori.

L'ANDAMENTO DELLE CATEGORIE

Passando all'analisi delle singole categorie di prodotti, si nota come gli energy drink continuino la loro crescita inarrestabile, seguiti da acqua minerale (grazie al formato PET), bibite gassate (trainate dal formato bottiglia e lattina) e tè. Tutte queste categorie superano la performance media del mercato. Al



contrario, **birra e aperitivi in formato litro si mantengono allineati al mercato**, mentre aperitivi monodose, spirits, succhi di frutta, bibite in formato dispensing e vino segnano ancora un trend negativo.

LE PERFORMANCE DEGLI SPIRITS

Questo mese l'attenzione è rivolta agli **spirits, una categoria che nel suo complesso ha registrato un incremento dello 0,6% rispetto ai volumi del 2023**. Alcuni segmenti brillano più di altri: Amari, Brandy, Gin, Liquori al limone, Sambuca e Tequila sono in forte crescita. Tuttavia, segmenti come Grappa, Liquori dolci, Rum e Vodka fruttata registrano una flessione. Un altro dato interessante riguarda il divario tra brown spirits e white spirits, con i primi che mostrano una crescita più modesta rispetto ai secondi.

LE PROSPETTIVE PER IL QUARTO TRIMESTRE 2024

Anche se siamo ormai vicini alla fine del 2024, l'ultimo trimestre potrebbe riservare ancora sorprese positive. In termini di volumi assoluti, **il mercato Horeca ha infatti ampi margini di recupero rispetto ai livelli pre-pandemia**. Inoltre, la presenza di turisti stranieri in Italia continua a crescere a doppia cifra, con una leggera prevalenza di arrivi extraeuropei, soprattutto da Asia e Nord America. Questa attrazione internazionale potrebbe offrire un ulteriore impulso ai consumi.

Le previsioni di Formind per l'ultimo trimestre del 2024 indicano volumi simili a quelli del 2023, poiché non ci si aspetta un'impennata significativa nei consumi domestici. Tuttavia, il comportamento dei consumatori potrebbe sorprenderci, influenzato da fattori imprevisi.

LE SFIDE DEL 2025: INFLAZIONE E SENTIMENT DEI CONSUMATORI

Guardando al prossimo anno, uno dei temi chiave sarà il rapporto tra inflazione e consumi. Nel 2024, l'inflazione del canale Horeca non si è discostata molto da quella generale, segnando una battuta d'arresto rispetto ai forti rincari degli ultimi tre anni. Tuttavia, permane un certo scetticismo tra i consumatori riguardo al prossimo anno. Molti di loro continuano a dichiarare l'intenzione di ridurre i consumi fuori casa, come già accaduto nel 2024.



Il vero fattore determinante sarà l'evoluzione dei prezzi nel 2025, prima imposti dall'industria e poi dalla distribuzione. Se l'inflazione sarà contenuta, il sentiment negativo degli avventori potrebbe non concretizzarsi e i consumi potrebbero beneficiarne. Al contrario, un incremento troppo marcato dei prezzi potrebbe spingere i clienti a ridurre ulteriormente le occasioni di consumo. In definitiva, **sebbene il 2024 abbia mostrato segnali di ripresa, il mercato Horeca si troverà ancora di fronte a sfide importanti nel 2025, con molte incognite legate ai prezzi e al comportamento dei consumatori.**

Contatti

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

