



SCENARI/CONSUMI

# L'ANNO DEL RISCATTO

**I MESI ESTIVI E L'INIZIO DELL'AUTUNNO HANNO FATTO SEGNARE UN IMPORTANTE BALZO IN AVANTI IN TERMINI DI FATTURATO PER IL FUORI CASA, CON CRESCITE ANCHE MAGGIORI RISPETTO AL GIÀ STRAORDINARIO 2021. A CONFERMA DELLE POSITIVE PREVISIONI DI TRADELAB DI UN RITORNO DEL MERCATO AI VALORI DEL PRE-PANDEMIA**

DI ANGELA BORGHI

Un bilancio positivo, che conforta sulle prospettive del settore. È questa l'indicazione che viene dall'analisi del comportamento fuori casa degli italiani derivante dal monitoraggio continuativo di TradeLab AFH Consumer Tracking. Nel primo semestre 2022 l'andamento favorevole è ancora molto legato al confronto con un mercato rimasto in parte chiuso fino a tutto maggio 2021, quando l'Italia "a colori" pativa le limitazioni di orari e canali con vocazione serale. Va però sottolineato che a **luglio e agosto, malgrado gli aumenti dei prezzi dovuti agli alti tassi di inflazione, i consumi fuori casa sono cresciuti in termini sia di visite sia di valore rispetto al medesimo periodo estivo dello scorso anno**, che a sua volta aveva già visto un massiccio ritorno al fuori casa dopo le

varie restrizioni causate dalla pandemia e una maggior presenza di turisti italiani sul territorio nazionale.

Entrando più nel dettaglio, l'incremento nel bimestre luglio-agosto appare abbastanza contenuto dal punto di vista delle visite complessive (+3%), a conferma dello straordinario risultato ottenuto lo scorso anno. Il saldo è invece più marcato a valore (+9%), trainato anche dall'aumento dei prezzi. Tali dati smentiscono, almeno fino all'estate, la dichiarazione fatta dagli italiani intervistati nei mesi passati, di una possibile riduzione delle spese fuori casa a fronte della crescita del costo della vita. Così infatti non è avvenuto, complici l'estate e la voglia di ripartenza, ma anche **la rinnovata conferma di una domanda rigida rispetto al consumo fuori casa, come già accaduto nelle precedenti crisi economiche**. Un comportamento più attento è stato – probabilmente – rimandato all'autunno, comunque tradizionalmente caratterizzato, in ottobre e novembre, da un rallentamento dei consumi, che poi risalgono a dicembre con le festività natalizie.

**Guardando alla componente italiana, i dati vanno considerati molto positivi, se si pensa che alcuni nostri connazionali hanno ricominciato ad andare in vacanza all'estero.** Inoltre, il bilancio complessivo del bimestre appare ancora più soddisfacente rispetto allo scorso anno, poiché, alla spesa generata dagli italiani, si è aggiunta quella degli stranieri tornati in vacanza nel Bel Paese.



## ALL'APERITIVO NON SI RINUNCIA

**Tra le diverse occasioni di consumo, aperitivo serale e dopocena/notte sono state quelle che hanno ottenuto i maggiori incrementi percentuali rispetto al 2021** (figura 1). In questi momenti serali, già a partire da maggio, si è assistito a un trend che, grazie alla completa apertura di tutti i locali serali e delle discoteche e alle condizioni climatiche favorevoli, ha portato nel bimestre estivo a rialzi nelle visite superiori al 10% e addirittura di oltre il 20% a valore. **Stabili, o con leggere variazioni, le visite registrate per colazione, pause, pranzo e cena, a fronte però di una crescita a valore.** In generale si segnala una più diffusa pratica di pranzo e cena fuori casa, in particolare da parte della fascia più anziana della popolazione, favorita dal periodo di vacanza, oltre che dalla percezione di maggiore sicurezza sanitaria.

## CHI HA PERFORMATO MEGLIO

Passando all'**analisi dei canali** (figura 2), il periodo estivo ha visto performance differenti a seconda dei segmenti d'offerta, determinando variazioni nel mix dei canali/segmenti. Sul fronte della ristorazione si è assistito a





Figura 1 - LUGLIO E AGOSTO 2022:  
IL TREND DELLE VISITE FUORI CASA PER OCCASIONE

Trend % visite 2022 vs 2021	Luglio + Agosto
	+3%
Colazione	+2%
Pausa mattina	+2%
Aperitivo prima di pranzo	+7%
Pranzo	-0,4%
Pausa pomeriggio	+3%
Aperitivo serale	+14%
Cena	+0,3%
Dopo cena + Notte	+10%

**BENCHMARK POSITIVO:**  
 ● variazione positiva superiore alla media  
 ● variazione positiva compresa tra zero e la media  
 ● variazione negativa

TradeLab Consumer Tracking Fonte: TradeLab - AFH Consumer Tracking

TradeLab

Figura 2 - LUGLIO E AGOSTO 2022:  
IL TREND DELLE VISITE FUORI CASA PER CANALE

Trend % visite 2022 vs 2021	Luglio + Agosto
	+3%
Ristoranti	-6%
Bar	+0,2%
Fast food / self service in catena	+25%
Food delivery	-17%
Locale con cibo da asporto	-8%
Sagra/estivi/evento	+125%
Ambulante/chiosco/street food	+23%
Gelateria	+49%

**BENCHMARK POSITIVO:**  
 ● variazione positiva superiore alla media  
 ● variazione positiva compresa tra zero e la media  
 ● variazione negativa

TradeLab Consumer Tracking Fonte: TradeLab - AFH Consumer Tracking

TradeLab

**una crescita dei format in catena (circa +25% a visite e a valore) e, in modo ancor più deciso, dei canali on board e di quelli tipicamente estivi, come ambulanti, chioschi, stabilimenti balneari, sagre ed eventi,** alcuni praticamente assenti lo scorso anno. Questa dinamica ha sottratto quote alla ristorazione classica di fascia media e bassa con spesa fino a 30 euro.

Molto positivo il dato della ristorazione di fascia alta, a conferma di una ricerca di gratificazione già evidenziata nei periodi precedenti. Una richiesta di qualità, valore ed esperienzialità che però tocca anche la fascia a minor prezzo, che nel periodo estivo ben si identifica con i canali alternativi stagionali.

**Per quanto riguarda il mondo bar, i dati evidenziano una stabilità nel bar diurno e un ulteriore lieve rialzo**

**nei bar serali, già ripartiti in maniera importante a maggio e giugno,** dopo il rimbalzo a tre cifre dei primi mesi dell'anno. Il food delivery segna invece un brusco rallentamento rispetto al 2021, però nella sola componente offline (-27% nelle visite), mentre l'online sale del 16% sempre in visite, a conferma di come sia ormai entrato saldamente nelle abitudini degli italiani.

## I CONSUMI LUNGO LO STIVALE

Altro aspetto interessante è che il bilancio positivo accomuna sostanzialmente tutte le aree geografiche. Il Nord-Ovest risulta in lievissima contrazione in termini di visite (-1%), ma con una crescita a valore superiore alla media (+12%). **Il Nord-Est, complici week end e vacanze in Riviera di molti italiani, registra le migliori performance nelle visite e soprattutto a valore.** Sud e Isole presentano visite allineate alla media, a fronte però di una lieve flessione a valore, probabilmente per effetto dell'assenza di parte dei turisti italiani medio-alto spendenti, ritornati a viaggiare fuori dai confini nazionali.



Dati confortanti, che però non possono far dimenticare la diffusa incertezza rispetto alla propria condizione economica, a causa del perdurare di un contesto macroeconomico e politico assai difficile. Sale infatti lievemente, rispetto a giugno, il numero di italiani preoccupati della propria situazione che dichiarano di valutare una riduzione dei consumi fuori casa. Tuttavia, come evidenziato in precedenza, fino ad ora tale affermazione non si è tradotta nei fatti.

## IL BOOST DEL NATALE

Cosa ci si può attendere a chiusura del 2022? **Il mese di settembre è stato caratterizzato ancora da buone performance, ma al momento di mandare in stampa questo numero di GBI riteniamo che il mercato possa andare incontro a un rallentamento – già di per sé fisiologico – a ottobre e novembre, per la fine della stagione estiva e per l'aumento dei prezzi di beni e servizi** che impatta in primis sulle famiglie più numerose e la popolazione a più basso reddito. E a questo punto viene da chiedersi a cosa si rinuncerà nel fuori casa. Una risposta univoca non esiste: molto

dipende dai target e potrà esserci una combinazione di riduzione della frequenza d'uscita e/o di riduzione del budget/scontrino per occasione. La nostra ipotesi è una maggiore riduzione della frequenza, soprattutto per le occasioni più funzionali. Rimane tuttavia la convinzione che, sia esso funzionale o meno, il momento di consumo fuori casa debba essere di qualità e gratificante. Nel post pandemia risulta centrale, e ulteriormente rafforzato, il tema dell'esperienza: di fronte a una possibile selezione delle uscite fuori

casa e dei relativi luoghi, sarà sempre più fondamentale fare in modo che l'esperienza sia premiante e regali momenti di felicità.

**Il mercato troverà poi un nuovo boost a dicembre grazie ai festeggiamenti natalizi – che quest'anno ci si augura siano liberi da ogni restrizione – e al periodo di vacanza**, a riprova di quanto i consumi fuori casa siano legati a tutti i momenti di intrattenimento, condivisione, socializzazione e gratificazione a cui non si è disposti a rinunciare. Nel complesso quindi, come previsto da TradeLab oltre un anno fa, a consuntivo, per il 2022 ci si attende un ritorno del mercato fuori casa quasi ai valori del 2019 in termini reali – e superiore a valori correnti, visto il progressivo aumento dei prezzi – e, per i prossimi anni, una nuova fase crescita.



away from home  
**Consumer Tracking**

● ● ● ● ●

**Lo strumento per monitorare l'andamento dei Consumi Fuori Casa**

**AFH Consumer Tracking** di TradeLab 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** e **report di sintesi mensili e trimestrali, presentazioni dei risultati**