The NPD Group: il fuori casa tornerà ai livelli pre-crisi già nel 2019

1-jq7ybv-w3tmxkakfblnhqa-f03005f2

Dopo un periodo di crisi, il mercato italiano del fuori casa sta mostrando segnali di ripresa e nei prossimi due anni la crescita è destinata ad accentuarsi fino a portare il mercato tornare a livelli pre-crisi già nel 2019, superando la soglia dei 63,6 miliardi di euro. E' quanto è emerso nel corso della quinta edizione dell'Aperitivo CREST organizzato da The NPD Group, durante la quale Jochen Pinsker (Senior Vice President Foodservice Europa - The NPD Group) e Matteo Figura (Director Foodservice Italia - The NPD Group) hanno presentato i principali trend di consumo attuali e futuri del fuori casa in Europa ed in Italia.

Secondo The NPD Group, la spesa crescerà a un ritmo più sostenuto rispetto alle visite: «I consumatori non tenderanno ad aumentare la frequenza - spiega Figura -, ma in compenso, crescerà la loro propensione a spendere, grazie a una maggiore attenzione alla qualità del cibo e dell'esperienza di consumo». Nel concreto, il mercato crescerà nel 2018 e nel 2019 rispettivamente del +2,1% e del +2,4%. A trainare la crescita soprattutto il comparto del servizio veloce che nei prossimi anni vedrà il maggiore apporto di innovazione in termini di prodotti e servizi.

Ma la ripresa passerà anche attraverso dinamiche di consumo già oggi visibili che in altri Paesi europei hanno anticipato scenari positivi: cresce l'area del pranzo e le famiglie tornano a mangiare fuori casa. "In Italia in questo momento - dice Figura - rileviamo trend positivi che riguardano la colazione e le famiglie".

All'interno del fuori casa, poi, emergono altri fenomeni importanti come la trasformazione delle catene e il digital che ha favorito l'esplosione del servizio di delivery.