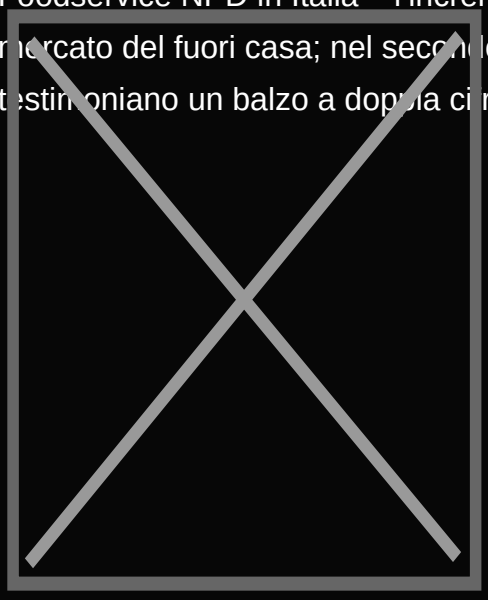
Caldo e pausa pomeridiana: sale il termometro della spesa

sale-il-termometro-01-92d150ea

Tre mesi di caldo intenso ed eccezionale – quelli di luglio, agosto e settembre 2017 – hanno fornito il combustibile per l'accelerazione registrata dalla pausa del pomeriggio nella ristorazione commerciale. Tra luglio 2017 e giugno 2018 il segmento ha incassato una progressione di tutto riguardo sia sotto il profilo delle visite sia sotto quello della spesa. «Nel primo caso – afferma Matteo Figura, responsabile Foodservice NPD in Italia – l'incremento si attesta al +3%, poco sopra quindi la media del totale mercato del fuori casa; nel secondo caso invece – e qui sta l'elemento da sottolineare – i numeri testimoniano un balzo a doppia cifra, superiore al 12%». Un allungo

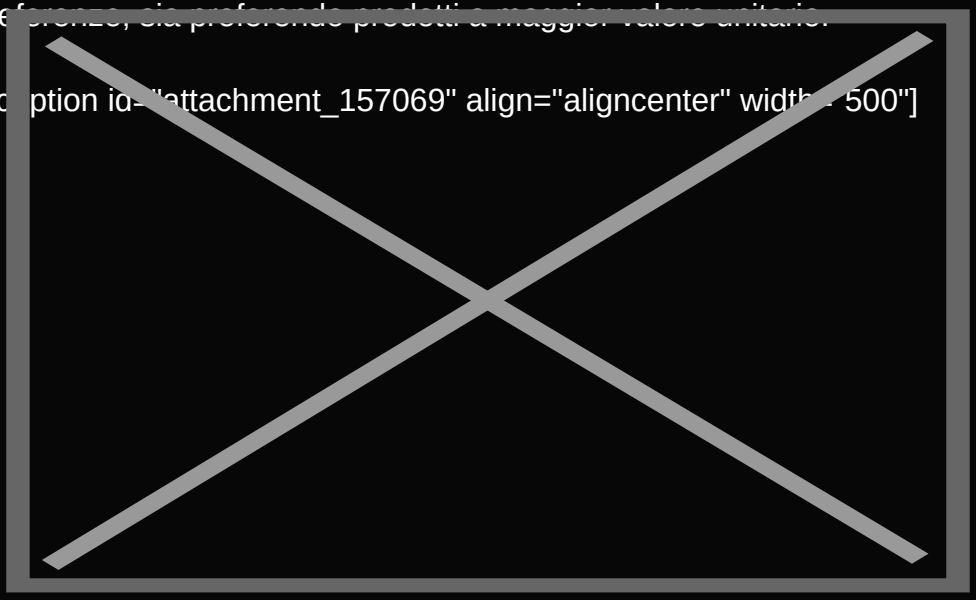


dietro al quale si possono leggere due motivazioni. «Da un lato, c'è

la crescita degli item ordinati per ogni visita, passati dall'1,84 del periodo luglio 2016 – giugno 2017 all'1,95 dei dodici mesi successivi – spiega Figura –. Dall'altro, va considerata una diversa richiesta di prodotti. La stagione estiva molto afosa ha infatti indotto a un maggiore consumo delle più costose bevande fredde, a discapito delle più economiche bevande calde. In buona sostanza, al classico caffè si sono sostituite bibite ghiacciate, frullati,succhi di frutta, con effetti positivi sullo scontrino medio, che ha quindi goduto di un apprezzabile incremento». La lunga estate calda del 2017 ha insomma portato

gli avventori a spendere di più per lo snack pomeridiano, sia acquistando un maggior numero di referenze, sia preferendo prodotti a maggior valore unitario.

[caption id="attachment_157069" align="aligncenter" width="500"]



Millennials e ai giovani adulti tra i 25 e i 34 anni rappresentano più del 35% dei consumatori legati alla pausa pomeridiana; in generale il pubblico femminile prevale su quello maschile e rappresenta il 57%[/caption]

IL TEMPO DI PERMANENZA

Ma non è tutto. Sempre il grande caldo del 2017 ha stimolato anche un'altra buona pratica, che potrebbe rivelarsi un valido asset su cui puntare in futuro. «I numeri in crescita di visite e spesa – osserva Figura – si accompagnano anche a un aumento del tempo trascorso mediamente nei locali. Il rinnovamento degli ambienti che ha interessato negli ultimi mesi soprattutto i bar tradizionali – ovvero il canale che attrae ben il 36% delle visite legate allo snack e recita il ruolo più significativo in relazione a questa occasione di consumo – ha indotto gli avventori a superare la logica della toccata e fuga spesso correlata alla degustazione della tazzina di caffè. E questa, in prospettiva può rivelarsi un'ottima notizia: spingendo proprio sulla capacità di aumentare la permanenza nei negozi i gestori potrebbero riuscire a consolidare i risultati ottenuti sulla scorta dell'ottima annata del 2017. L'ultima estate non pare infatti aver registrato le stesse temperature torride di quella precedente: sulla carta, quindi, è difficile pensare che le prossime rilevazioni possano restituire risultati in linea con quelli che abbiamo appena esaminato. A meno che, appunto, la capacità di attrarre in modo più continuativo il pubblico diventi un fattore strutturale dell'offerta pensata per la pausa pomeridiana. Così diventerebbe strutturale anche quella crescita che al momento potrebbe rappresentare soltanto un fatto contingente, legato alla meteorologia».

