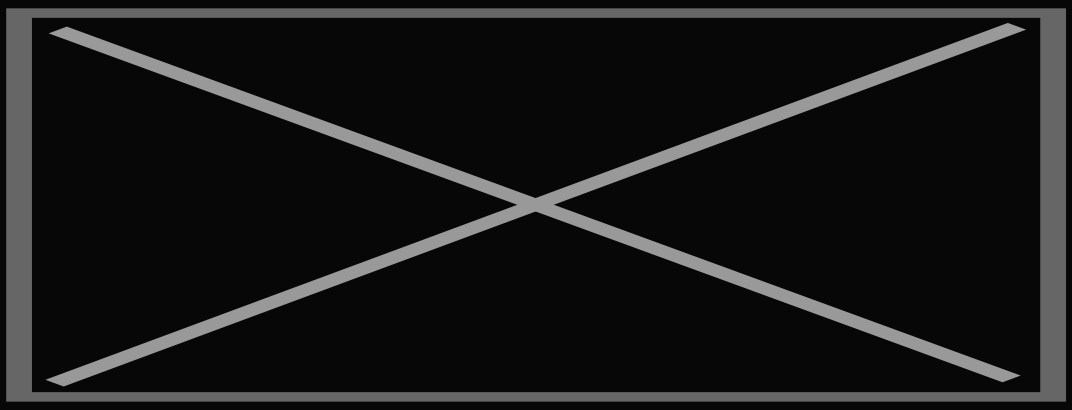
Dopocena, il piatto si fa ricco

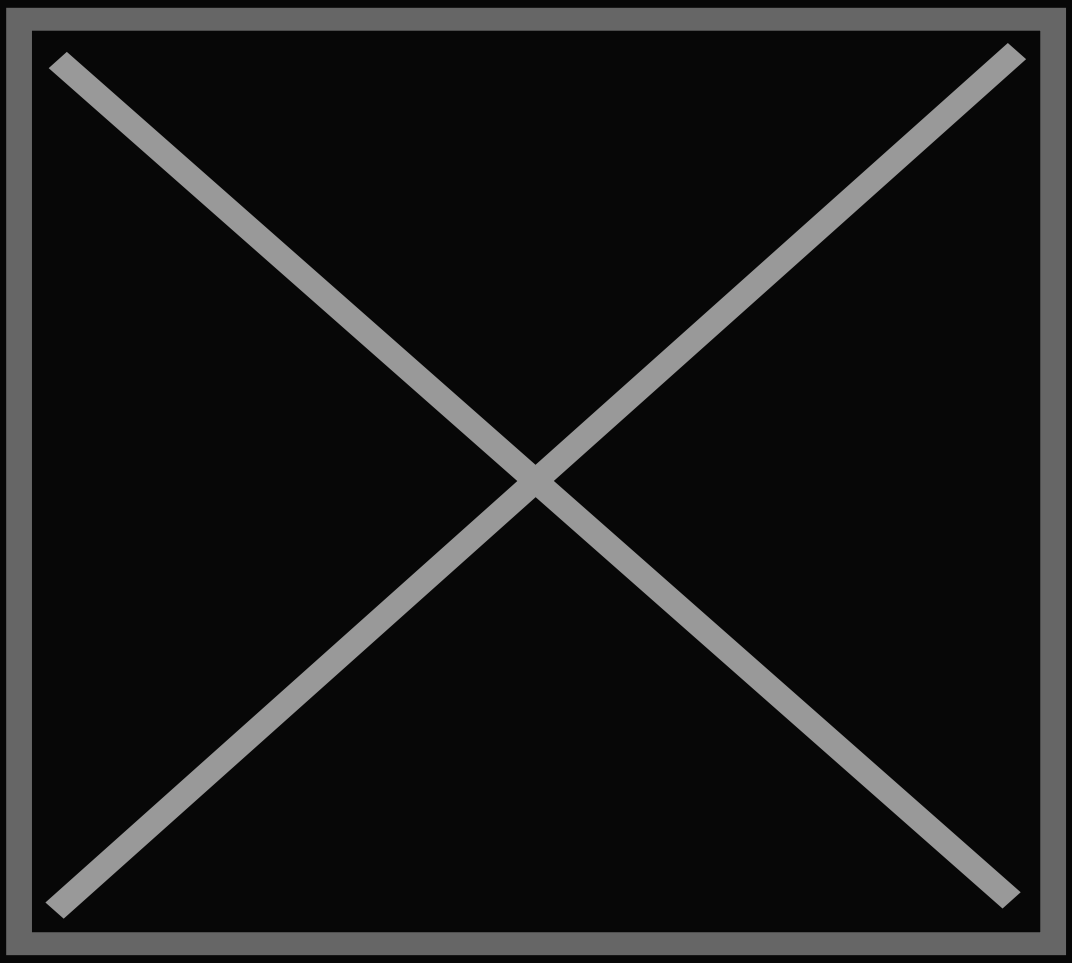
cake-1971552-640-da398597

È tutta racchiusa in due numeri la dinamica dei consumi che si registrano nel dopo cena. Da un lato, c’è la flessione delle visite che tra luglio 2018 e giugno 2019 hanno lasciato sul terreno l’1,7% rispetto all’omologo periodo precedente. Dall’altro lato, si colloca la robusta crescita della spesa, che nel periodo in esame fa segnare un’accelerazione pari al 3,3%. I numeri parlano di un aumento dello scontrino medio: calano cioè le occasioni di uscita, ma al contempo aumenta il valore economico per singola comanda.



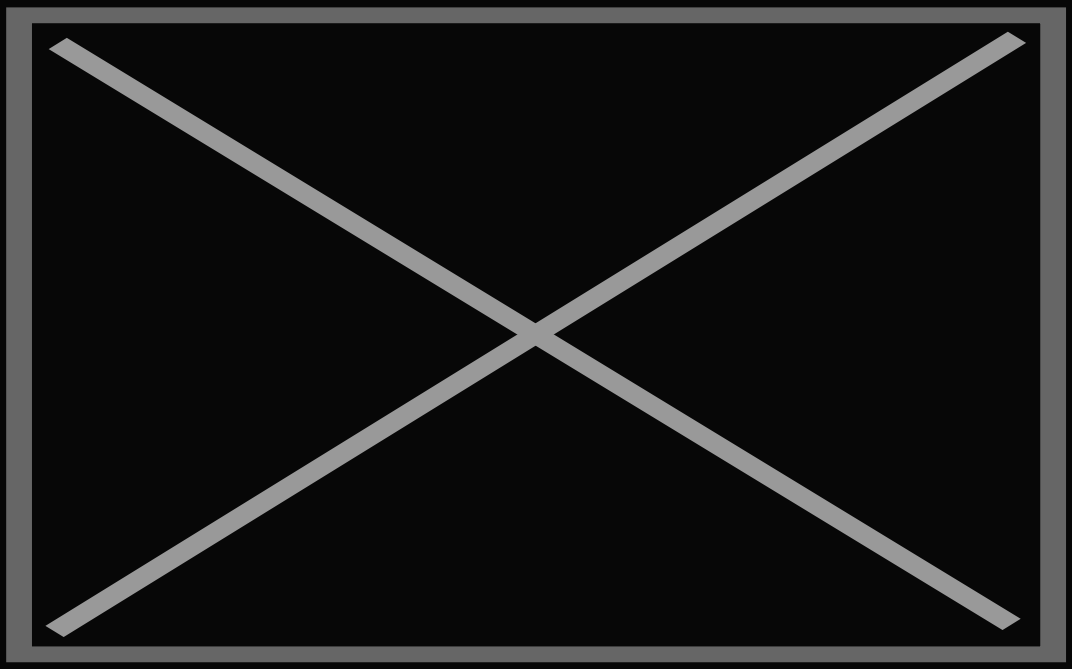
LA SCALATA DI BIRRA E BEVANDE

In linea con la tendenza alla contrazione delle occasioni di consumo a basso scontrino, calano le visite legate a gelati e dolci confezionati. Aumentano invece quelle in cui sono richieste birra e bevande dolci gasate, prodotti classicamente utilizzati in uscite più strutturate.



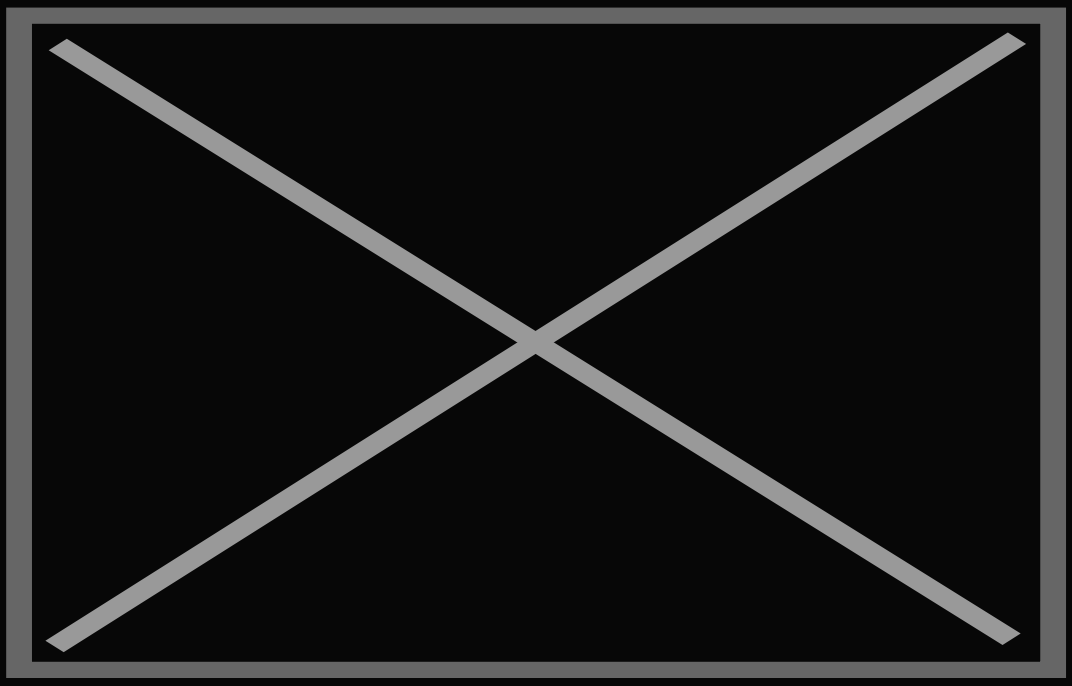
RISTORAZIONE VELOCE AL TOP

Nell’analisi per canale, brilla la ristorazione veloce: le insegne di fast food italiano, le pizzerie al taglio e le catene in genere incidono per il 48% sulle visite effettuate dopo cena. Un dato in crescita, così come in incremento è anche il valore registrato dal leisure, ovvero il canale che identifica i locali di intrattenimento e legato in genere al mondo Fonte Npd Group della notte. In calo, invece, bar e gelaterie.



I MOTIVI DELLO SPRINT

Alla base del fenomeno, vi è la ripresa generale del mercato e quella, più nello specifico, della cena. «Allentandosi la morsa della crisi – spiega Matteo Figura, responsabile Foodservice NPD in Italia –, gli italiani escono più frequentemente di casa: nel corso della settimana si moltiplicano gli appuntamenti con lo sport, la cultura e l'intrattenimento. Si sposta così il rientro a casa più tardi. E in questo contesto, i positivi riflessi per lo spuntino serale sono facilmente intuibili. Ma vi è anche un'altra tendenza da considerare. La generale ripresa economica ha dato nuovo vigore all'appuntamento con il pasto serale. I nostri connazionali sono tornati a frequentare più spesso i ristoranti. Non solo. Hanno anche ampliato i menu con piatti complementari, come antipasti o dolci, che nel recente passato erano poco presenti nelle scelte degli avventori, più concentrate, anche per ragioni di costi, sulle portate principali. Succede allora che le uscite a scontrino basso – leggi aperitivo o, appunto, consumazioni serali – siano sempre più di frequente assorbite dalla cena, di cui sono state un surrogato durante la crisi. Per contro, si assiste a un incremento della spesa nelle occasioni a più alto margine: lo spuntino serale, che tende a spostarsi verso le ore piccole, diventa più ricco, complice anche la diffusa e generale tendenza a selezionare prodotti di maggiore qualità e quindi più costosi».



PREVISIONI INCORAGGIANTI

Anche le prospettive sono improntate al sereno. «Il consistente aumento registrato dall’indicatore della spesa – afferma Figura – rappresenta una chiara spia di come vi sia ancora spazio per crescere. E in questa ottica, sento di dare un suggerimento a chi fa del dopo cena il proprio core business: non fate suonare il campanello di chiusura delle cucine troppo presto. Perdereste clienti. Le nostre rilevazioni dicono, infatti, che il pubblico interessato a consumare uno spuntino a sera inoltrata è destinato a aumentare. Non intercettarlo, significherebbe non sfruttare interessanti opportunità di incasso».