McDonald's in Usa perde appeal tra i più giovani

images1-97d8d847

images 2McDonald's sta perdendo il proprio appeal verso i consumatori più giovani. Hamburger e patatine, insomma, non richiamano più come un tempo i ragazzi che consideravano trendy pranzare nei ristoranti del gigante americano. Il moltiplicarsi delle scelte a disposizione e la ricerca di cibi freschi e salutari, allontana infatti i giovani della multinazionale, che vede così incrinarsi il suo legame il suo storico core target. I dati del resto, parlano chiaro: stando alle indicazioni pubblicate dal Wall Street Journal, la percentuale di americani fra i 19 e i 21 anni che si reca da McDonald's ogni mese è scesa del 12,9% dall'inizio del 2011, mentre quella dei clienti di età compresa fra i 22 e i 37 anni è rimasta stabile.

Un trend preoccupante che non ha mancato di riflettersi sui conti: McDonald's ha infatti comunicato ad agosto il maggior calo mensile delle vendite dal 2003. E ha dovuto correre ai ripari: la multinazionale ha rivisto il proprio menu, introducendo cibi più sani, e si è spinta di più nel digitale. Ma, soprattutto, ha annunciato un nuovo, il secondo in due anni, cambio al vertice della divisione americana, puntando su un ex dirigente, Mike Andres.

Il colosso degli hamburger deve del resto affrontare una concorrenza agguerrita, dal momento che Burger King conferma le trattative per l'acquisizione della canadese Tim Hortons, un matrimonio dal quale nascerà il terzo maggiore fast food al mondo. Senza contare che, stando alla rilevazione della società di consulenza per la ristorazione, Technomic Inc., i giovani sembrano essere sempre più conquistati da ua dalla formula del "fast-casual restaurant", la ristorazione veloce gourmet rappresentata, per esempio, da brand come Chipotle Mexican Grill e Five Guys Holdings.