Forecast, la previsione consumi di beverage luglio-agosto 2015

report-mercato-beverage-fuori-casa-luglio-1a-c42ebbd8

Il mercato del beverage nel mese fa riscontrare una performance del +9,29% a volumi e del +11,34% a valore, registrando un andamento progressivo dall'inizio dell'anno a volumi del +2,05% e a valore del +3,82%.

Le regioni, rilevazione dell'andamento mensile:

Nw: andamento complessivo: positivo a volume e a valore per tutte le regioni.

Ne: andamento complessivo: positivo a volume e a valore per tutte le regioni.

report-mercato-beverage-fuori-casa-luglio-1aTramite l'incrocio dei dati del nostro strumento di rilevazione "la Piramide dei Consumi", strutturato su un campione di circa 5.000 consumatori clusterizzati per fasce di età, sesso, scolarizzazione, professione ed aree geografiche, ed i dati del nostro strumento di rilevazione "Fast Map", che ci consente di monitorare gli atteggiamenti all'acquisto di 15.000 esercenti distribuiti sul territorio e suddivisi per sottocanali, rileviamo i seguenti comportamenti:

report-mercato-beverage-fuori-casa-luglio-1bIl mese di luglio fa registrare la migliore performance al consumo che il nostro Istituto abbia rilevata dal 2009 ad oggi, la performance risulta tanto più eclatante in quanto confrontata con il mese di luglio 2014, il cui andamento era stato particolarmente negativo. In condizioni di normalità il confronto tra i due periodi darebbe un risultato con una crescita di circa un più quattro per cento per il 2015 rispetto all'anno precedente. In senso più ampio rileviamo una performance eccezionale delle zone Alpine, dell'Umbria e del Lazio. Quest'andamento ci induce a ritenere che oltre le condizioni meteo i flussi turistici in queste regioni, e la necessità per il consumatore di una maggiore vivibilità climatica, abbiano determinato le performance eccezionali di queste aree.

report-mercato-beverage-fuori-casa-luglio-2aOttime performance hanno fatto riscontrare le zone costiere ed in generale tutte le altre regioni. Un incremento considerevele nel mese è rappresentato dalla crescita del valore al trade che oscilla tra un +5,28% della Sardegna ed un +15,28% della Lombardia. La crescita di valore medio al netto dell'aumento dei volumi rilevata e di circa 2 percentuali al trade, ciò dimostra come il circuito abbia rallentato la spinta promozionale, va tuttavia compreso quanto di questo aumento sia stato poi ribaltato sul consumatore e in che misura. (dato disponibile all'interno della Piramide dei Consumi, servizio in abbonamento).

L'andamento eccezionale del mese di luglio, conduce in positivo tutte le regioni a valore, mentre in termini di volume si riscontra ancora una leggera flessione in Puglia e Sardegna. L'attuale proiezione disponibile sul Forecast fa prevedere una buona performance anche del mese di agosto, che se confermata consentirà di leggere dei numeri interessanti alla fine del periodo stagionale, rappresentando una buona ipoteca per un'anno con un segno positivo nell'ambito dei consumi beverage fuori casa, tuttavia il risultato ad oggi rimane essenzialmente una conseguenza del buon andamento climatico più che frutto di una reale ripresa dei consumi.

Per un maggiore approfondimento vi rimandiamo alla sezione dedicata della Piramide dei Consumi (servizio in abbonamento). Per i sottocanali nel mese rileviamo un andamento positivo per tutte le tipologie di esercenti sia a valore che a volume. E' possibile riscontrare l'andamento per categorie merceologiche all'interno del Mindforhoreca (servizio in abbonamento).

Rispetto al mese precedente l'andamento dei prezzi risulta in aumento all'acquisto (è possibile riscontrare l'andamento per categorie merceologiche all'interno del Mindforhoreca, servizio in abbonamento) con una crescita in termini di valore, ciò conferma un minor ricorso alla leva promozionale nel mese. Il circuito ha tenuto in aumento il livello di stock, destoccando solo su alcune categorie merceologiche di fortissima rotazione, per le quali i fornitori non sempre sono riusciti ad assicurare rifornimenti costanti, ciò a favorito le vendite anche di brand abitualmente meno presenti che sono invece riusciti a mantenere un livello di servizio logistico migliore.

Dal confronto dell'indice TTSI del Forecast del mese e la performance del mercato al consumo rilevata dal Mindforhoreca, viene stimata in +18,23% l'andamento del mercato al sell in degli intermediari che operano sul canale fuori casa (normal trade + cash and carry). Gli andamenti per categoria merceologica, quote produttori/marchi, referenze e sottocanali sono consultabili all'interno del portale Mindforhoreca (servizio in abbonamento).

Gli indici

• TDC (trend detection on consumer)

Esprime la previsione di acquisto del consumatore nel periodo. La previsione, frutto della rilevazione degli atteggiamenti al consumo del panel on line della Piramide dei consumi, viene integrata con la previsione meteo del periodo fornitaci dal nostro partner di rilevazione meteo.

• TTSI (trend traders sell in)

Esprime la previsione di acquisto degli operatori commerciali del canale che sono diretti clienti del sistema industriale. Questo secondo indice viene elaborato sulla scorta dei dati storici in nostro possesso, della correlazione che i dati al consumo possono avere sul sistema distributivo in considerazione del peso del circuito, il suo stoccaggio, la categoria merceologica di appartenenza ed il numero di referenze/gusti, ciò ci consente quindi di determinare la stima del potenziale indice di de stoccaggio.

[gallery columns="2" ids="82081,82080"]

Formind è una società di consulenza aziendale, che si posiziona sul mercato come una società di servizio in grado di offrire ai propri clienti una consulenza mirata e finalizzata alla soluzione di problematiche aziendali. La società è in grado di seguire il cliente dal disegno strategico fino alla definizione e realizzazione operativa dei progetti proposti con un approccio "taylor made". Partner delle imprese del Largo Consumo e dei consorzi del canale Horeca , Formind aiuta a far crescere i propri clienti fornendo servizi di consulenza lungo tutta la filiera. L'innovazione come parte integrante della filosofia aziendale perseguita in tutte le aree di competenza della Nostra Società, ci consente di prevenire le esigenze del cliente e ci rende capace di realizzare progetti innovativi, quali lo strumento di rilevazione dati del canale fuori casa Mindforhoreca, che consente in tempo reale di misurare i consumi italiani dall'interno dei punti di vendita. Innovazione e tecnologie all'avanguardia come strumenti a disposizione dei nostri clienti.