Il bar vuole solo un grossista!

magazzino-fa926036

Da TradeLab una nitida fotografia del mercato della distribuzione fuori casa. I bar non vogliono più avere a che fare con 10 fornitori ma chiedono un partner unico o prevalente.

C'era bisogno di uno studio che facesse luce su come sta cambiando il mondo dei grossisti specializzati nel fuori casa, in particolare che spiegasse come la crisi economica stia cambiando le relazioni lungo la filiera horeca, in primis nei confronti dei pubblici esercizi. TradeLab ha colmato questa lacuna con uno studio che mette alcuni punti fermi nel settore dei grossisti, indicando alcune linee guida che gli attori di questo mercato stanno seguendo.
La sintesi del lavoro di analisi è stata presentata a Milano prima dell'estate. Mauro Lamparelli, Direttore commerciale TradeLab, ha spiegato che «in un momento di difficoltà come quello che stiamo vivendo il consumatore ricerca valore». Questo comportamento ha delle conseguenze lungo tutta la filiera: «a valle c'è una tendenza alla multi specializzazione e alla nascita di nuovi format ibridi, basti pensare alle varietà di location in cui ormai è possibile bersi un caffè rispetto a qualche anno fa. A loro volta gli esercenti diventano più esigenti rispetto ai fornitori e hanno iniziato un'opera di selezione dei propri partner. Non è più possibile avere, come invece accadeva in passato, 14 o 15 fornitori diversi. E oggi anche le aziende produttrici selezionano gli intermediari: lo fanno in base alla loro effettiva capacità di raggiungere non un generico punto vendita, bensì i pubblici esercizi giudicati target di maggiore interesse".

Nel corso dell'evento TradeLab **Barbara Mutti ha scattato la fotografia del settore con un intervento sui grossisti away from home** (la numerosità, la segmentazione, la clientela); **Egidio Ottimo è intervenuto sulle tendenze in atto nel settore e sulle opzioni strategiche degli operatori della filiera.**