TradeLab: italiani pronti alla ripresa del fuoricasa, ma con cautela

fuoricasa-ff8b0e1d

Quale ritorno ai consumi fuori casa? Mentre si delineano i contorni della cosiddetta “fase due”, un’analisi condotta da **TradeLab**, nella prima settimana di aprile, approfondisce lo scenario del ritorno ai consumi fuori fasa nel post lockdown.

I numeri della filiera dei consumi fuori casa/away from home

Un mercato che nel 2019 vale **oltre 86 miliardi di euro**, frequentato da circa 40 milioni di Italiani che generano, ogni mese, un miliardo di occasioni di consumo tra colazioni, pause, pranzi, aperitivi, cene e dopo cena fatte fuori casa. Un settore molto frammentato composto da oltre 300.000 punti di consumo indipendenti (bar, ristoranti, pizzerie, gelaterie, take away, discoteche, …), oltre 600 insegne della ristorazione commerciale a cui si aggiungono gli operatori della ristorazione collettiva; un settore in cui sono **occupate 1.200.000 persone** e intermediato da circa 2.400 distributori specializzati e 400 cash&carry. A monte della filiera operano migliaia di aziende del settore food & beverage, dalle grandi imprese multinazionali ai piccoli produttori locali.

Il mercato dei consumi fuori casa, malgrado la crisi economica del 2008, è sempre cresciuto registrando un **+24% a valori correnti negli ultimi 10 anni** confermando come i consumi fuori dalle mura domestiche siano per gli Italiani delle spese a cui non vogliono rinunciare. Sarà così anche dopo l’emergenza Coronavirus?

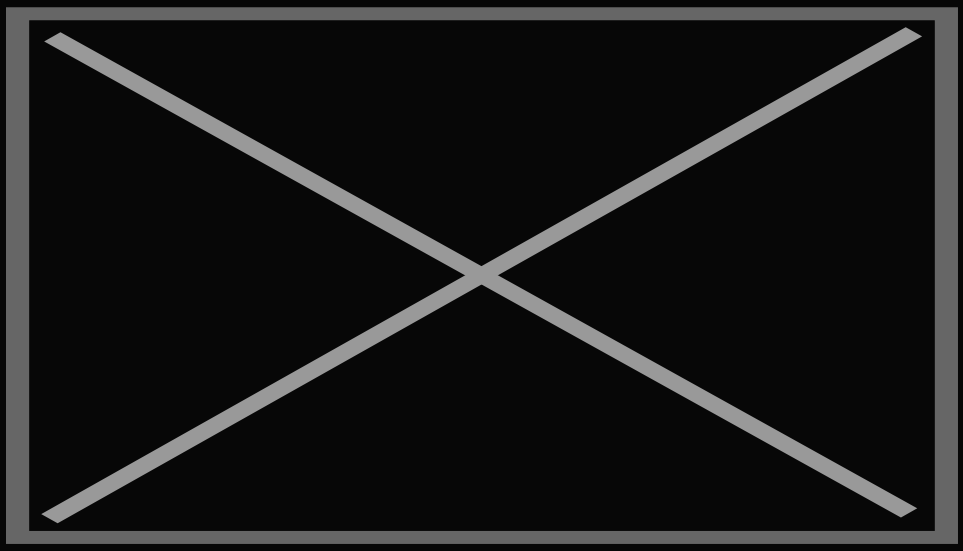
Cosa ci aspetta nei prossimi mesi: la convivenza con il virus

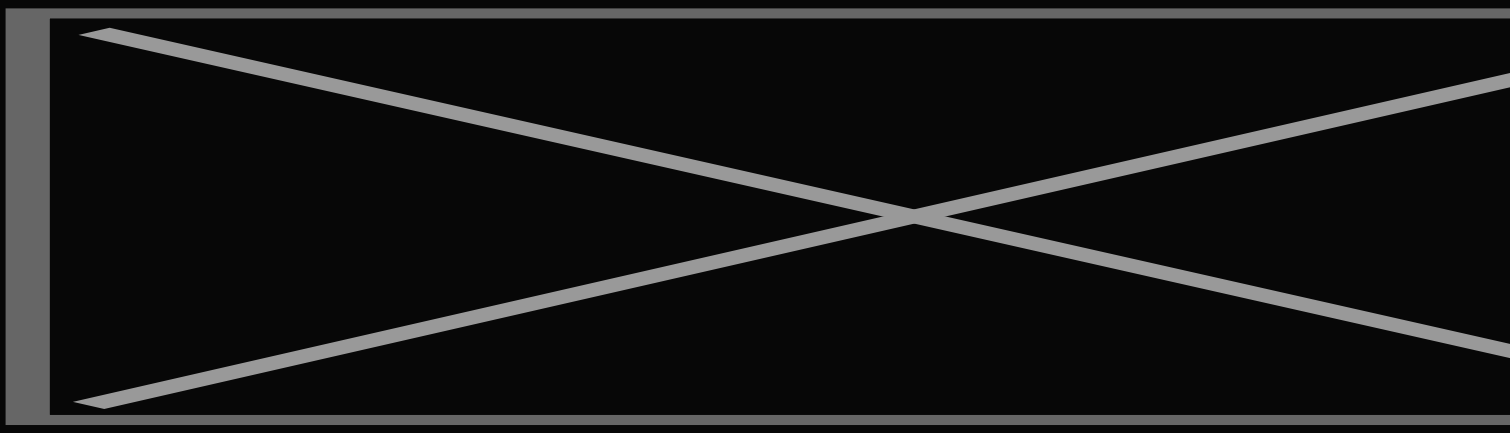
La premessa all’analisi è che ci troveremo a vivere in un contesto totalmente diverso da prima, fatto da **restrizioni nella frequentazione dei locali** e dove bisognerà convivere con il Covid-19, in attesa che si trovi il vaccino o una terapia farmacologica. È chiaro, già da ora, che gli effetti sul piano economico e sociale sono e saranno rilevanti. Quale impatto sulle percezioni e sui comportamenti dei

consumatori del fuori casa?

Ritorno all’away from home: quando e come?

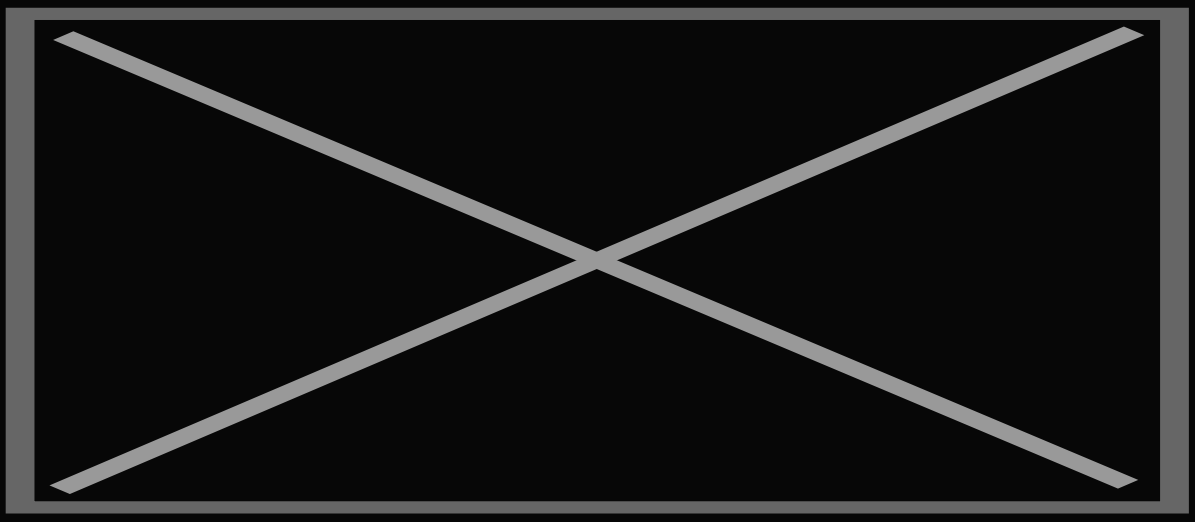
Prevarrà la cautela, ma con differenze territoriali. Il ritorno al canale away from home non sarà immediato. Ben 8 Italiani su 10 ritengono che torneranno a frequentare bar e ristoranti con cautela, solo quando potranno farlo in totale sicurezza. Sarà, dunque, cruciale per i gestori all’inizio della “fase due” riuscire a **rassicurare la clientela**. I romani più propensi a un ritorno immediato ai consumi fuori casa (31%) rispetto ai milanesi (18%): questo dato dimostra come la propensione a frequentare bar e ristoranti dipenderà anche dall’intensità con cui le diverse aree/Regioni hanno vissuto l’emergenza sanitaria.

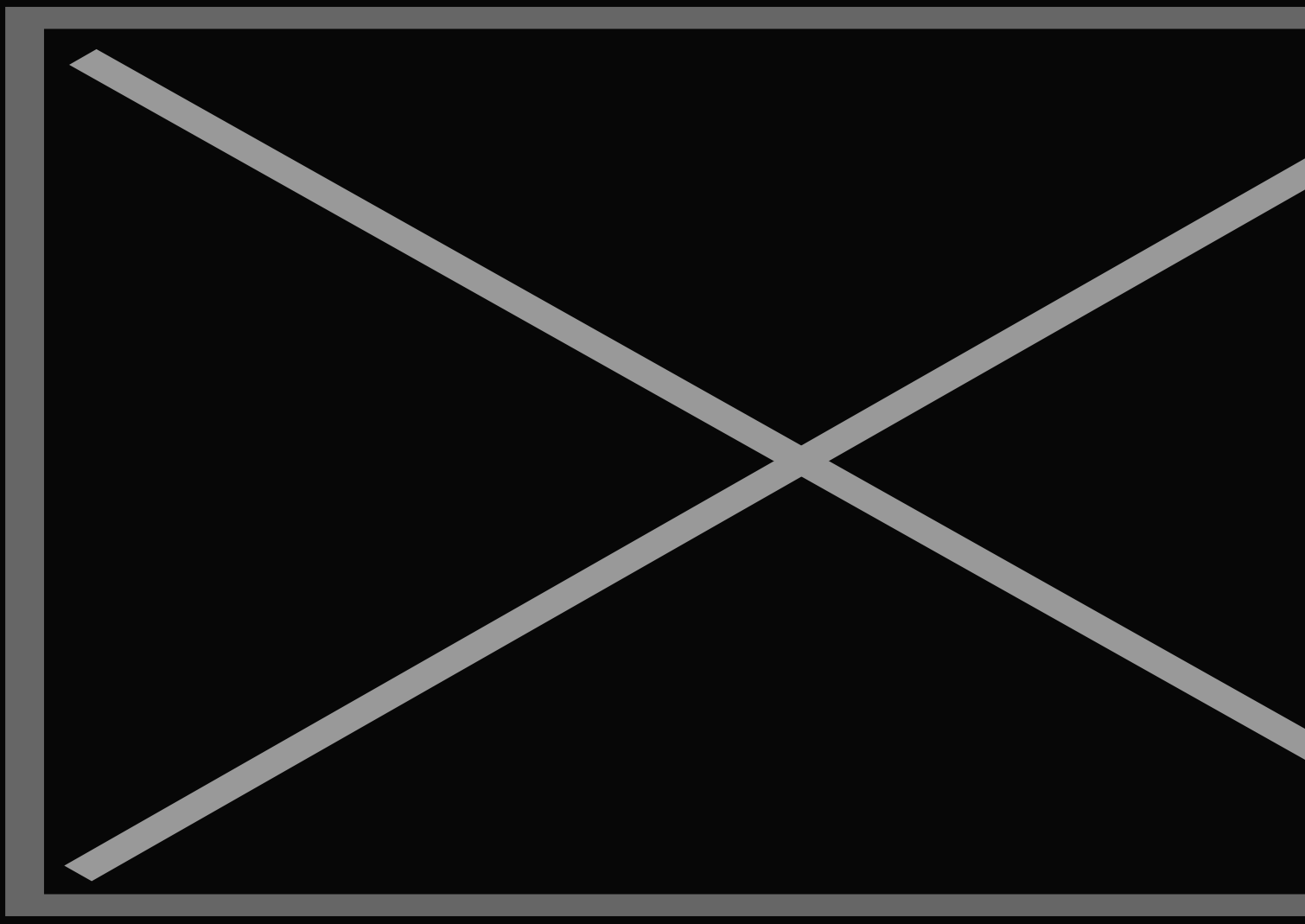




La voglia di normalità è però tanta, al punto di **rinunciare alla propria privacy**, almeno nella fase iniziale di “restart”. Secondo l’analisi svolta da TradeLab, oltre 7 italiani su 10 si dichiarano disposti a trasmettere dati sensibili per tornare più velocemente a condurre una vita normale. “Sì, nessun problema alla condivisione” per 3 italiani su 10, con picchi di consenso nelle fasce della popolazione

più colpite dall’emergenza Covid-19: a Milano e fra la popolazione più anziana (over 56). “Sì, ma solo per un periodo definito” per 4 italiani su 10.

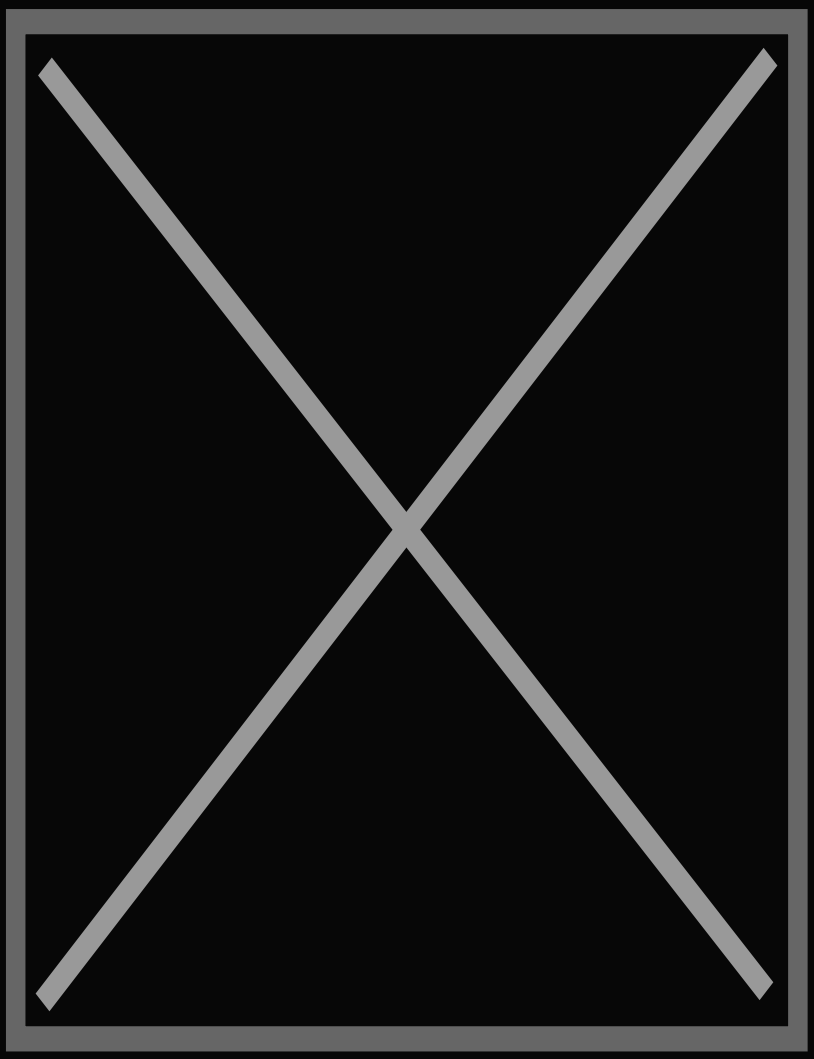


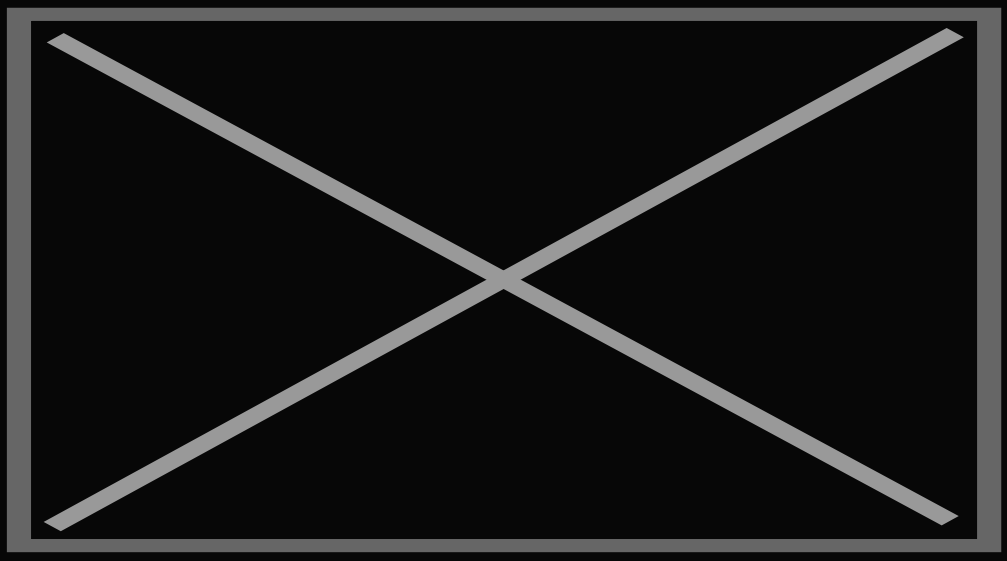


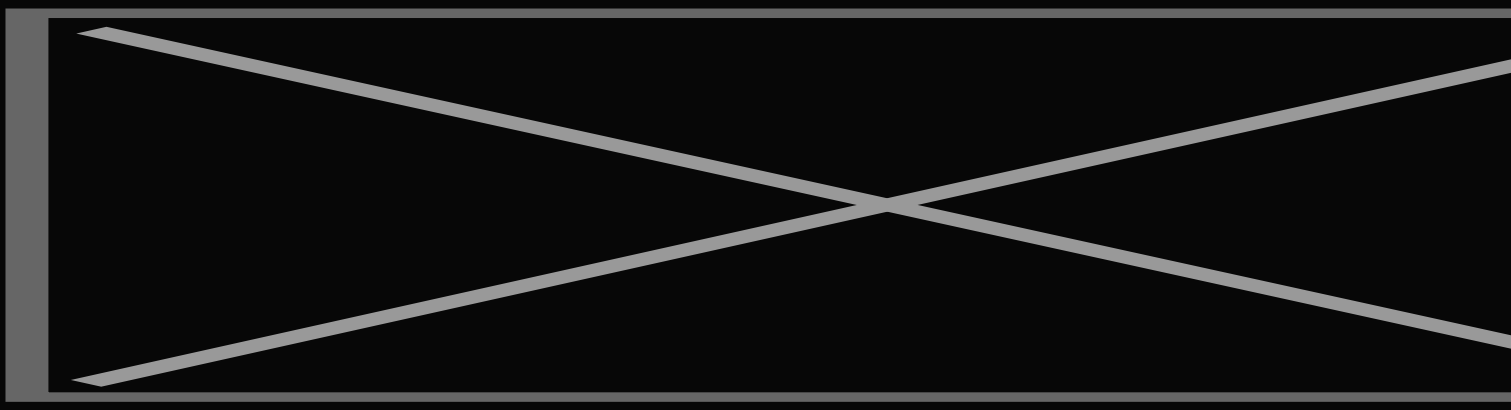
Un po’ di timore all’idea di tornare a frequentare i bar, percepiti meno sicuri dei

ristoranti, mentre gli hotel sono vissuti come luoghi sicuri

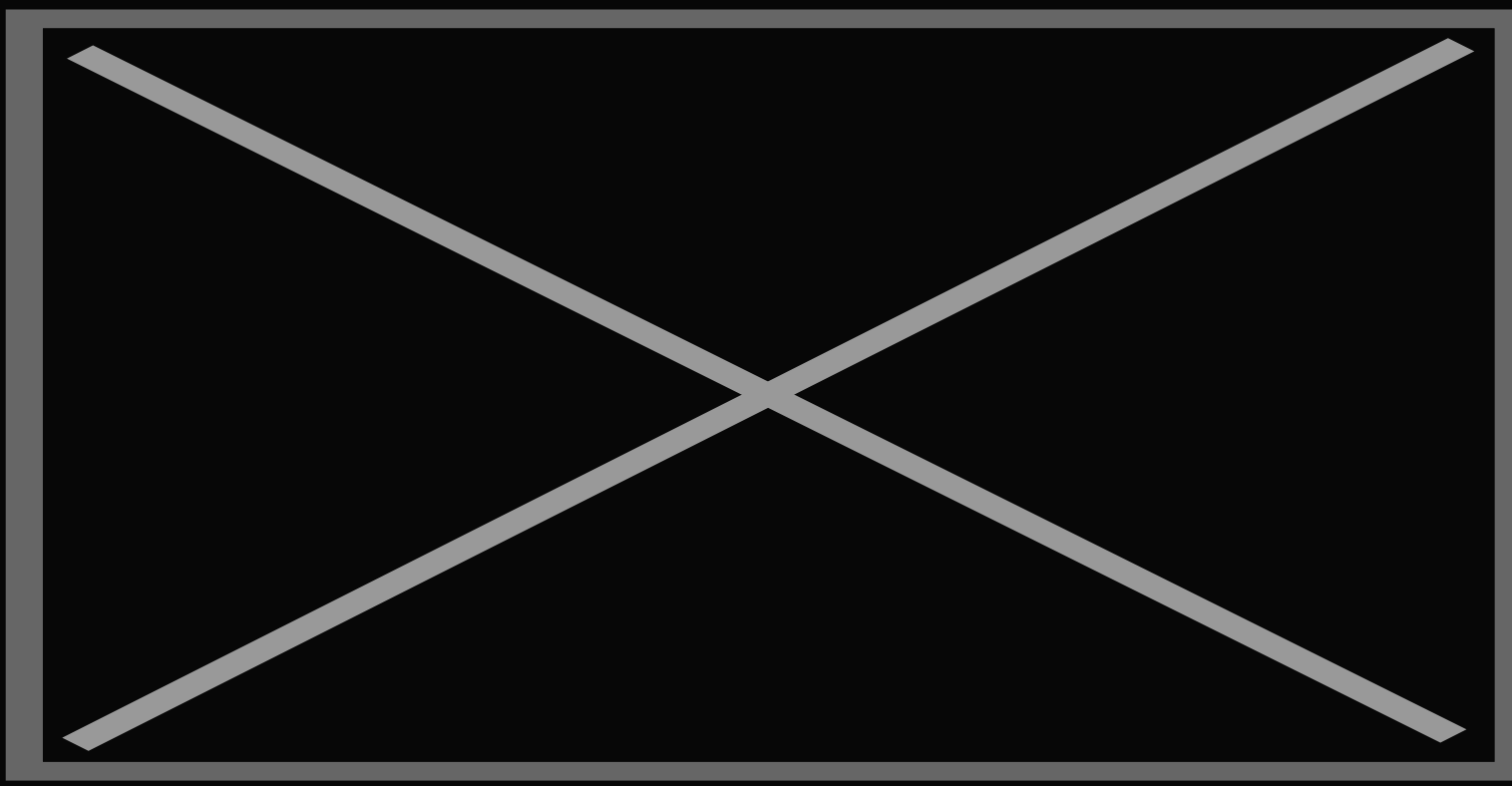
Dopo le discoteche e i locali serali, **fra i luoghi percepiti come meno sicuri nel post lockdown ci sono i bar**, probabilmente per la promiscuità dell'utilizzo del bancone e gli elevati livelli di affollamento in alcuni momenti della giornata. I **ristoranti** invece sono percepiti decisamente come più sicuri: a rassicurare i possibili avventori è la maggiore possibilità di controllare le distanze. Segnale decisamente positivo per il turismo: quasi tutti i rispondenti ritengono l'**hotel** il luogo fuori casa più sicuro.



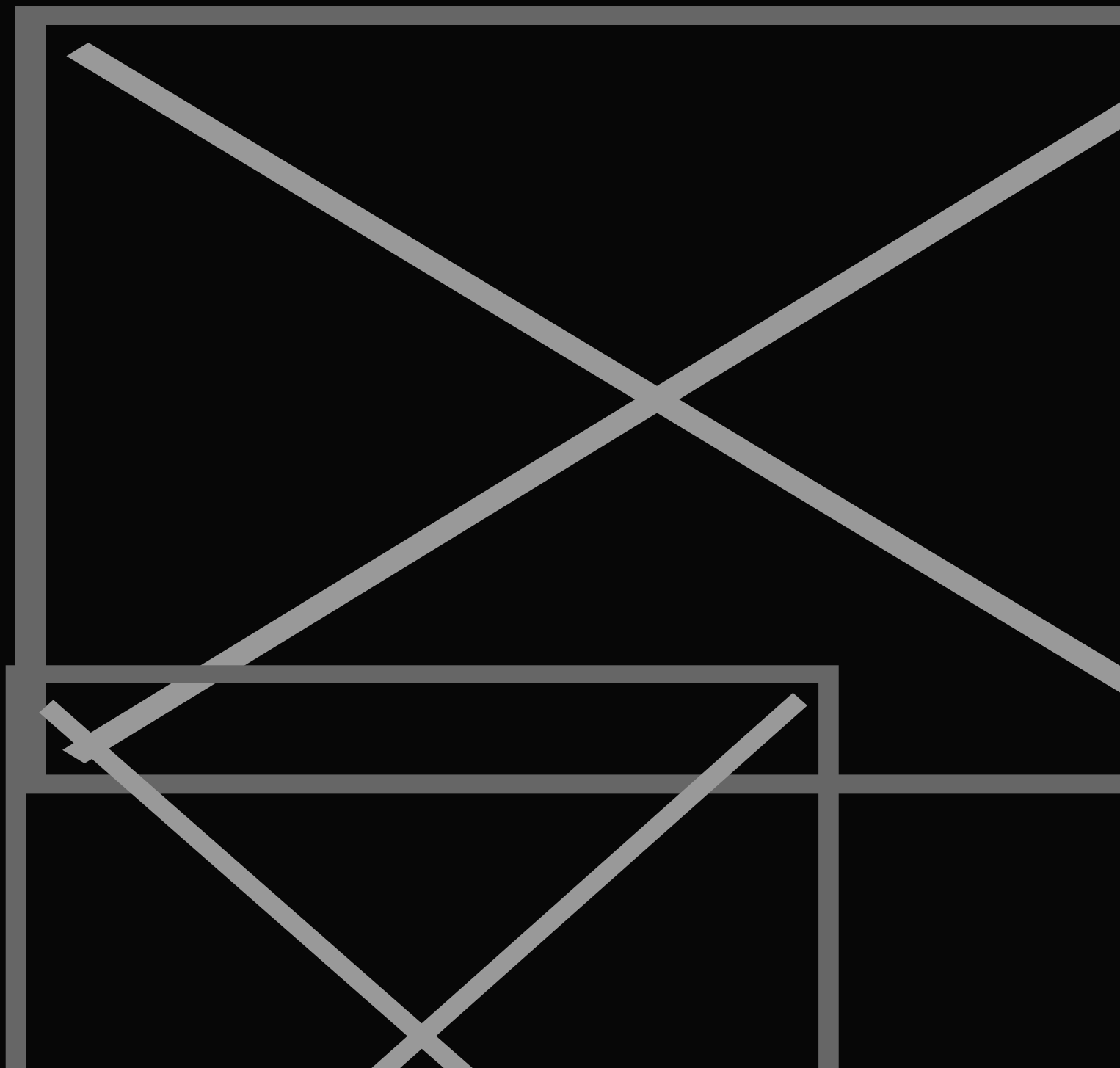




Preoccupazione per la salute ma anche **tanta voglia di tornare a prendere un caffè al bar, mangiare una pizza o bere un aperitivo con gli amici**. I baby boomer hanno voglia di tornare nei “loro bar” a bere un caffè (45%), la generazione Z sta aspettando di uscire a prendere un aperitivo con gli amici (27%), la voglia di pizza mette d’accordo tutti, giovani e meno giovani.



Milano si conferma la capitale del “bere”: il 23% dei residenti ha dichiarato di aver soprattutto voglia di bere un aperitivo contro il 14% dei romani; Roma la capitale del “caffè”: 3 romani su 10 sono in attesa di tornare a bere un caffè al bar contro 2 milanesi su 10. Per 6 italiani su 10 i consumi fuori casa sono irrinunciabili, nonostante anche tra questi la preoccupazione per la situazione economica personale sia presente (4 italiani su 10). Il 40% degli italiani, anche se abbastanza preoccupato per la prossima recessione, non intende rinunciare al piacere di consumare fuori casa e il 21% ritiene che la propria situazione economica non cambierà dopo l’emergenza sanitaria e continuerà con le abitudini Away From Home di sempre. **Il 39% degli italiani si dichiara invece molto preoccupato rispetto alla situazione economica personale postcoronavirus** e disposto/costretto a limitare i consumi fuori casa.



per i gestori e nuove richieste da parte degli avventori

Molte le nuove sfide che il settore della ristorazione e tutti gli attori della filiera away from home si troveranno ad affrontare: vincoli produttivi, spazi da riformulare, attività da riprogettare, asporto/delivery da integrare, clienti da rifidelizzare e rassicurare, conti economici da far quadrare. Dentro questo scenario **gli italiani premieranno i locali che sapranno garantire la presenza di pochi avventori in contemporanea** (75%), una perfetta pulizia (59%), il rispetto delle norme (53%) e la distanza tra i tavoli (50%). Si ricomincerà da consumi individuali e da una socialità più intima. Nella fase di riapertura ci sarà un away from home più intimo fatto di consumi individuali o di gruppi ristretti. Per ben 6 italiani su 10 saranno gli amici, quelli più stretti, le persone con sui si desidererà condividere le proprie future occasioni di consumo fuori casa. Seguono i familiari, indicati da 1 intervistato su due.

Si sceglieranno locali conosciuti, gestiti da persone di cui ci si fida

Quasi 1 italiano su 2 (45%) punterà sulla fiducia e la conoscenza personale del gestore. Più in generale, il 70% degli italiani tornerà a frequentare locali conosciuti o già frequentati in passato.