Il caffè nel canale Horeca nel 2020, l'analisi di Competitive Data

caffe-espresso-e1463486229787-659x297-e029af34

Competitive Data ha analizzato il mercato del **caffè nel canale Horeca dal 2017 al 2021**. Le aziende considerate nel report detengono una quota di mercato aggregata del 77,8% a valore, del 68,6% a volume, e sviluppano un fatturato aggregato totale (tutti i canali, tutti i prodotti) di 3.586 mln di euro.

LO SCENARIO COMPETITIVO

Le aziende leader guadagnano quote di mercato anche nel 2019, sebbene si siano mosse in un contesto di mercato non proprio favorevole, deterioratosi nella seconda metà dell'anno, dove ad una stagnazione del mercato nel suo complesso si è aggiunto un' ulteriore saldo negativo nelle aperture di nuovi bar.

Questo si è riflesso nell'andamento complessivo delle vendite, dove l'hanno fatta da padrone stabilità o flessioni dei ricavi.

Sul fronte politiche di prodotto, **il 2019 ha premiato quelle aziende che si sono dotate di un sistema a capsule per le locazioni basso-vendenti**, e che ha costituito un volano decisivo per le vendite, compensando le difficoltà del business tradizionale.

Nella passata edizione avevamo accennato alle fasi di reset, restart, e reboost. Oggi ne vediamo gli effetti, e i risultati, sensibilmente diversi tra chi ha attraversato le 3 fasi e chi continua ad operare "come si è sempre fatto".

Questa differenza avrà risvolti drammatici nel 2020, con l'emergenza Covid-19, come ampiamente analizzato nel capitolo delle previsioni. La competizione diventa sempre più sofisticata, mentre entra in gioco pesantemente la **trasformazione digitale**; non a caso le prime due aziende, **Illy e Lavazza**, stanno declinando anche sul canale Horeca le iniziative e le attività digitali nate per il retail,

coinvolgendo e favorendo la visibilità dei bar associati, anche mediante l'utilizzo di app, ed integrando le strategie in ottica omnicanale.

Possiamo considerare questa una nuova leva competitiva per alzare le barriere all'ingresso ai competitor, oltre che un elemento aggiuntivo e distintivo da inserire nella formazione e consulenza ai clienti che, come al solito, premierà quelle aziende che si muoveranno per prima (early adopter).

Non a caso, tra alcune iniziative intraprese nel mese di maggio 2020, all'atto della cessazione del lockdown, vi è stato, oltre al **taglio prezzo delle forniture**, anche l'**aiuto ai bar nell'ottenimento di maggiore visibilità sui social media**. Non dimentichiamo che, **durante l'emergenza coronavirus, 2 milioni di nuovi consumatori digitali si sono riversati sul web in Italia**, di cui 1,3 milioni sono arrivati alle piattaforme di acquisto elettronico proprio durante l'emergenza sanitaria.

L'aggravio di costi, il forte calo dei ricavi, acquisti quasi dimezzati da parte della clientela, e difficoltà nella gestione dei flussi di cassa, stanno generando un clima di grande incertezza nel 2020. Si stima che una **perdita dei ricavi del 20-30%** metta in seria difficoltà l'equilibrio economico dei bar.

Questo ha reso necessario, da parte di Competitive Data, effettuare un approfondimento sulla capacità dei pubblici esercizi di reggere lo shock in atto. Sono stati quindi introdotti due nuovi indicatori.

Il primo esprime la **previsione del calo del fatturato dei bar per regione** ed è frutto dell'incrocio tra una serie di indicatori, considerazioni, grandezze, che, partendo dalle serie storiche sull'andamento dei ricavi dei bar per regione, li ha confrontati ed arricchiti con le aspettative di crescita in relazione anche al contesto economico generale della regione di appartenenza.

Il risultato (ad oggi) è una **flessione attesa dei ricavi che oscilla tra il 30-40%**, dove è l'Umbria a far registrare il risultato migliore con una flessione del -36,1%.

Il secondo indicatore è stato costruito analizzando **7 grandezze finanziarie e patrimoniali di un campione significativo di bar**, a cui sono stati assegnati dei fattori di ponderazione, che hanno restituito un ranking di maggiore o minore capacità ad assorbire gli squilibri finanziari derivanti da una carenza prolungata di liquidità.

In una scala di valori dove +5 è il valore massimo, che indica grande solidità finanziaria, e -5 è il valore che indica una forte difficoltà a far fronte ad uno shock di liquidità prolungato, **nessuna regione ha raggiunto il valore +5**, fermandosi, il Trentino Alto Adige, al valore +2.

Ulteriori approfondimenti sono disponibili a questo link.