Il borsino dei consumi al tempo del Covid

restaurant-5513537-640-8967898a

Dopo un 2020 difficile caratterizzato da chiusure, riaperture, fase 2 e fase 3, un'Estate di ripresa che conto si presenterà al fuori casa? La previsione deve tenere conto di tre variabili: l’evoluzione della pandemia (scongiurando eventuali nuove serrate), le preoccupazioni economiche e il mutamento degli stili di vita, smart working in primis.

CITTÀ

☒ **province medie e piccole**; province del Sud Italia meno colpite dal Covid-19

☒ **località** verso cui orbita tradizionalmente il turismo nazionale

☒ **Milano e Roma**, per la perdita dovute a uffici chiusi e turismo in calo

☒ le città turistiche per eccellenza: **Firenze, Venezia, Cagliari**. A mancare sono soprattutto i turisti stranieri

☒ l’area geografica che evidenzia segnali di ripresa più lenti è quella del **Nord Ovest**, più penalizzata dallo smart working (e dalla pandemia)

BAR

☒ **bar non specializzato** di prossimità con offerta flessibile che copre vari momenti della giornata: bene pause pomeriggio, aperitivi pre-pranzo e pre-cena

☒ **bar serali, cocktail bar** (si abbassa lo scontrino, magari si esce per recuperare la dimensione sociale ma ci si ferma al primo drink)

☒ **bar focalizzati sul pranzo** in aree di uffici

RISTORANTI

- **ristoranti che puntano sulla cena**
- **ristoranti già attrezzati** e focalizzati sul delivery
- **bar che puntano su pausa pranzo** e pranzi di lavoro

FASCE DI CONSUMATORI PER ETÀ

- i **Millennials** (25-34 anni) sono i più presenti nel fuori casa, seguiti dalle fasce di età 45-54 e 35-44
- minor presenza di **giovanissimi** (18-24 anni) e **over 65 anni**

SETTIMANA

- **fine settimana**, il momento in cui si sceglie di uscire per favorire la esperienzialità e la socialità
- **occasioni funzionali** in settimana, a cominciare dal pranzo

METODOLOGIA

Il Tracking Consumer Based dedicato ai comportamenti di consumo Fuori Casa di Tradelab monitora dimensioni e trend della domanda per canali, occasioni di consumo, territori, categorie di prodotto e brand con sintesi mensili e trimestrali tramite 40mila interviste web all'anno, 110 interviste giornaliere 365 giorni l'anno. Il monitoraggio del progressivo ritorno degli Italiani al Fuori Casa con indicatori di sintesi su comportamenti e sentiment.

-28 miliardi il conto del Covid al Fuori casa