Cattel: digital e food delivery trainano i consumi del fuori casa

20241218121837cattel-e93a32df

Consumi stabili per il fuori casa nel terzo trimestre del 2024, per un valore complessivo del mercato di **60.961 milioni di euro**, leggermente superiore al valore registrato nello stesso periodo del 2023 (60.167 milioni di euro), nonostante la lieve flessione nel numero di visite. Secondo l'analisi di **TradeLab**, a performare meglio sono **le colazioni e le occasioni più sociali** (aperitivo serale e cena), mentre la pausa mattina/pomeriggio, l'aperitivo prima di pranzo e il dopo cena sembrano aver perso un po' di attrattiva. La migliore performance dei canali a **maggior scontrino** si evidenzia in trend positivi per tutte le aree geografiche, con **Sud e Isole in testa** e Centro Italia in coda.

Per Cattel, azienda attiva nella distribuzione di prodotti food e non food nel mercato del fuori casa, questi dati confermano la validità delle proprie strategie, volte a ottenere performance ottimali in un mercato in lenta ripresa, profondamente differente rispetto a quello euforico del biennio 2022-2023 quando l'entusiasmo di fine pandemia e il bisogno degli italiani di tornare a vivere momenti di socializzazione portarono a una netta impennata del settore fuori casa. *«Il mercato non sta regredendo ma la crescita è sicuramente differente, in linea con i valori registrati prima del Covid* - spiega **Giandomenico Baita**, direttore vendite di Cattel –. *La pandemia ha portato cambiamenti profondi nel settore, e Cattel ha cercato di coglierli».*

Il primo cambiamento è la forte **digitalizzazione**, accompagnata dalla **crescita smisurata del food delivery**, abitudine nata per necessità (l'aumento dello smart working e le limitazioni imposte agli spostamenti) che però non è sparita insieme al virus. Cattel, col suo vasto assortimento di **oltre 8000 prodotti**, è più che attrezzata per soddisfare la quota di consumatori che preferisce ordinare il pasto al ristorante e consumarlo a casa. Il grande plus di Cattel è l'ampia disponibilità di **prodotti ad alto contenuto di servizio**, anche grazie alle private label Valdora Selezione, Valdora, JesolPesca, Scottona e diGià, in grado di soddisfare un altro grande cambiamento. Il settore Horeca continua infatti a registrare una certa **difficoltà nel reperire personale**, soprattutto, quello qualificato. In tal

senso si dimostrano particolarmente vantaggiosi i **prodotti già lavorati e pronti all'uso**, la cui qualità e convenienza sono garantite dall'utilizzo di tecniche innovative come il **protocollo DYP**, una tecnica che ha comportato una vera e propria svolta nel mondo della distribuzione ittica poiché l'ultracongelamento (da -60 °C a -120 °C) in tempi rapidissimi consente di mantenere intatta la qualità del pesce, preservandone sapore e consistenza anche una volta scongelato, proprio come se fosse stato appena pescato. Un'innovazione che non solo soddisfa le esigenze di freschezza dei ristoratori, ma anche quelle di stabilità economica, permettendo loro di **contare su un food-cost certo**, con prezzi e disponibilità costanti, e pianificare con precisione le attività di gestione della cucina e dei menù).

L'innovazione inoltre si è tradotta in Cattel nell'adozione di **un'app per la raccolta degli ordini** - che ora possono avvenire in qualunque momento della giornata, anche offline, a cura del cliente stesso, **lasciando più tempo agli agenti per fornire un accurato servizio di consulenza** e permettendo a Cattel di adempiere alla propria missione di creare una partnership con il cliente. I prossimi anni saranno caratterizzati da una **ripresa dei consumi fuori casa**, ma non va dimenticato che, sebbene il consumatore sia disposto a spendere, desidera **esperienze di consumo diverse**: si registrano, per esempio, una **crescita della ristorazione organizzata** rispetto a quella indipendente e un **apprezzamento particolare del pasto veloce**, con una preferenza per i prodotti a scontrino più basso (+11% nel terzo quadrimestre del 2024 rispetto allo stesso periodo nel 2013 per fast food e catene di self-service). Cattel si sta già muovendo anche in questa direzione.