Il carrello della spesa resta caro in Europa: i prezzi alimentari frenano ma non tornano indietro

L'inflazione alimentare rallenta, ma il conto per i consumatori europei continua a essere elevato. Beverfood rilancia l'analisi di Circana, secondo cui il costo del carrello rimane sensibilmente superiore ai livelli precedenti alla crisi inflazionistica, nonostante il progressivo raffreddamento degli aumenti. La conseguenza è un consumatore sempre più attento alle promozioni, alla ricerca del miglior rapporto qualità-prezzo e disposto a modificare le proprie abitudini di acquisto. Il dato aiuta a leggere anche ciò che accade nel fuori casa. Quando il budget familiare resta sotto pressione, il consumatore non rinuncia necessariamente a ristoranti e bar, ma seleziona con maggiore attenzione le occasioni di consumo. Cresce il peso del valore percepito rispetto al semplice prezzo. È un fenomeno che spiega perché molti locali stiano investendo su menu più leggibili, formule pranzo, aperitivi strutturati e offerte capaci di comunicare convenienza senza svalutare il prodotto. La vera sfida non è abbassare i prezzi, ma convincere il cliente che l'esperienza proposta vale la spesa richiesta.