Caffè, crescono vending e office service

caffe-foto-4d3a0d20

Il caffè al Bar, un business da circa 7 miliardi di tazzine ogni anno. Quasi cinquanta milioni di chilogrammi di materia prima consumata. Questi numeri da capogiro stanno a testimoniare la consolidata abitudine degli italiani a consumare caffè fuori casa. Non solo un'abitudine, ma un modo di essere: caffè in tazza, in vetro, macchiato caldo e freddo. Più di trenta modi di prepararlo e servirlo al bancone. A questi vanno aggiunti i circa trenta milioni di chili annui di materia prima consumata attraverso i circuiti vending e ocs (office coffee service, il caffè in capsula consumato negli apparecchi da ufficio). 2,9 miliardi di consumazioni per il vending, 1,4 miliardi di consumazioni per l'ocs. Circa 2,3 milioni di macchine installate, due terzi delle quali rappresentate dagli apparecchi per l'ufficio. Nell'ultimo anno i consumi hanno fatto registrare un calo di circa 1,5 punti percentuali nel fuori casa. Perdita più spostata verso il caffè al bar e meno verso il vending, in crescita l'ocs con i prezzi medi che oscillano tra lo 0,85€ per il caffè al bar, 0,40€ per l'ocs e 0,50€ per il vending. Una panoramica img2123 numerica che chiarisce l'importanza del consumo del caffè per il mercato del fuori casa. Formind ha cercato di andare oltre i numeri, attraverso lo strumento "*La Piramide Dei Consumi",* che ci consente di avere un filo diretto con un panel on line di circa 3.000 persone, per provare a dare una spiegazione ai trend. Dall'analisi, emerge che il caffè è un'abitudine e nessuno tra i consumatori è disposto a fare un passo indietro, però c'è stato, seppur con trend non sconvolgenti, uno spostamento dei volumi dal consumo di caffè al bar verso il consumo presso il luogo di lavoro. Sempre più persone tendono a non fermarsi dall'esercente per il rituale della colazione, ma una volta usciti di casa si dirigono verso il luogo di lavoro, dove sempre più spesso è presente un apparecchio ocs. Le motivazioni di questo atteggiamento si possono sintetizzare in due aspetti: meno tempo a disposizione e quindi meno tempo da trascorrere al bar al mattino e portafoglio più ristretto a causa della crisi economica. Inoltre, c'è anche da sottolineare l'aspetto della qualità percepita. Le nuove apparecchiature, sia del vending che dell'ocs, negli ultimi anni hanno innalzato enormemente il livello di qualità del prodotto offerto. In molti casi il giudizio qualitativo sulle apparecchiature, specialmente per le ocs, è risultato fortemente competitivo rispetto al prodotto del bar. Sempre da quanto emerso dal dialogo con il consumatore, l'esercente ha un solo modo per invertire il trend e recuperare il

terreno perduto: offrire un prodotto di qualità superiore, servirlo con cortesia e fare promozioni combinando il prodotto beverage con quello food a un prezzo vantaggioso.

Formind SRL è una società di consulenza aziendale in grado di offrire ai propri clienti una consulenza mirata nelle aree gestionali, marketing e human resource, e finalizzata alla soluzione di problematiche aziendali. La società realizza progetti innovativi, quali lo strumento di rilevazione dati dei consumi fuori casa Mindforhoreca, che consente in tempo reale di misurare i consumi italiani dall'interno dei punti di vendita. Partner delle imprese del Largo Consumo e dei consorzi del settore Ho.re.ca., Formind aiuta a far crescere i propri clienti fornendo servizi di consulenza lungo tutta la filiera.

Contatti: www.formind.it Tel. 0690405209 – Via degli Olmetti 39/b – 00060 Formello (RM)

Espresso o americano? Purché sia caffè…

Caffè: Usa, Canada e Medio Oriente, tre mercati da tener d'occhio

Caffè: arabica, questa sconosciuta

Come personalizzi il tuo caffè? Al via un concorso di Fipe