



# Segnali positivi per la ripartenza

*I dati di Formind per i mesi primaverili confermano il desiderio dei consumatori di tornare alla normalità. Pur con risultati, ad aprile e maggio, interlocutori, la previsione parla la lingua dell'ottimismo.*

di Antonio Faralla

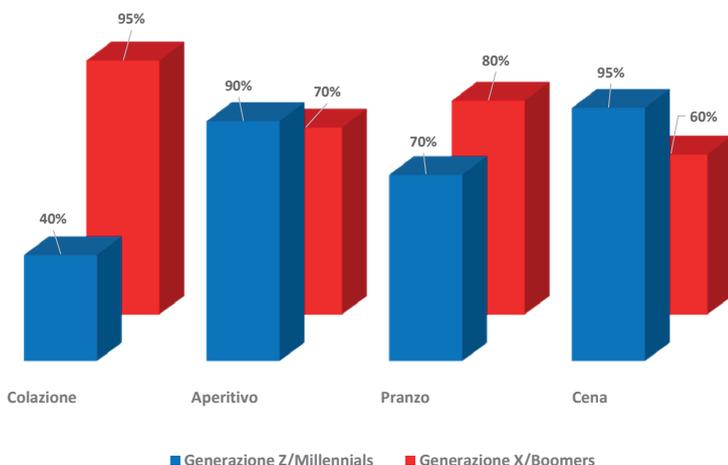
**È**

vero, già il bimestre aprile/maggio avrebbe dovuto rappresentare il primo passo verso la ripresa e un ritorno alla normalità. Purtroppo aprile è stato caratterizzato da un'Italia ancora per lo più arancione e rossa, e il mese di maggio ha dovuto fare i conti con il maltempo.

Già alla fine di aprile, però, il mercato ha fatto registrare un incremento a tre cifre rispetto ai dati 2020 che, seppur di minimo valore reale, ha riportato un risultato positivo che il mercato non vedeva ormai da 12 mesi. Con il mese di maggio e la riapertura, limitata agli spazi aperti, dell'Horeca, si è assistito al primo segno tangibile di cambiamento. Una vera boccata d'ossigeno che proietta il mercato verso la ripresa. Il quadro che emerge è di un circuito e di un consumatore reattivo e ricco di entusiasmo, per certi versi persino superiore a quello rilevato a giugno 2020.



## MOMENTI DI CONSUMO



Fonte: Formind

### Una cauta ripartenza

Il panel proposto da Formind registrava operativi a maggio il 55% degli esercizi a cena, impegnati al 60% della loro potenzialità. Faceva meglio il pranzo dove l'80% degli esercizi risultavano aperti e, complice anche il delivery, riuscivano a lavorare al 70% della loro potenzialità. Se smart working, assenza del turismo e un atteggiamento ancora prudente del consumatore verso i luoghi di consumo ove non si può gestire la prenotazione hanno limitato la ripartenza, i prossimi mesi sembrano poter consentire al mercato di recuperare buona parte dei volumi persi nei primi cinque mesi del 2021, rappresentando la porta d'ingresso al recupero sostanziale del mercato.

## DATI MAGGIO 2021

### A pranzo

**80%** esercizi aperti  
al **70%** del potenziale

### A cena

**55%** esercizi aperti  
al **60%** del potenziale

## Boomers e Generazione X

**60%** ha pranzato 4 volte in 10 gg  
**40%** ha cenato 2 volte in 10 gg

## Millennials e Generazione Z

**60%** ha cenato oltre 4 volte in 10 gg

Fonte: Formind



### *L'atteggiamento degli esercenti*

È interessante analizzare come esercenti e consumatori, nei differenti cluster generazionali, si stiano approcciando a questa ripresa. Il panel Formid focalizzato sui primi 15 giorni del mese di maggio ci aiuta in questa lettura.

**Bar** – Tra i pochi quasi sempre attivi, si sono velocemente organizzati verso spazi aperti, con la disponibilità delle amministrazioni locali. Sono stati rapidamente ripristinati gli stock di prodotto, soprattutto delle categorie spirits e aperitivi, anche se proprio il momento dell'aperitivo è stato caratterizzato da un'offerta food/salata maggiormente limitata rispetto al passato, prediligendo prodotti confezionati.

Riguardo all'osservanza delle norme previste, pochissime le infrazioni registrate. Maggiore difficoltà nel gestire gli affollamenti, nelle poche regioni arancioni, soprattutto sabato e domenica.

**Ristorazione** – Hanno reagito in modo disomogeneo. La logistica di questi esercizi è infatti complessa. In modo particolare la cena, per coloro che potevano usufruire di spazi esterni, ha rappresentato la necessità di riorganizzare turni e modalità: orari anticipati per garantire il rientro entro le 22, problematiche per i turni del personale e tempi ristretti per gli approvvigionamenti e lo sviluppo delle

attività legate alla preparazione dei cibi. Nel contempo, questo periodo ha rappresentato il primo banco di prova reale nel gestire sala e ordinazioni a domicilio. Un'attenzione scrupolosa è stata rivolta alle norme e alle procedure previste, con limitatissime infrazioni rilevate.

### *L'atteggiamento dei consumatori*

Nel complesso ancora una volta gli esercenti hanno reagito prontamente e con prudenza offrendo al proprio cliente la possibilità di un ritorno alla frequentazione in sicurezza. E i consumatori?

**Gen Z e Millennials** – Hanno risposto in maniera velocissima e nei 10 giorni di osservazione hanno frequentato il circuito quasi quotidianamente con 7 presenze in 10 giorni. Il 90% ha frequentato il momento dell'aperitivo, il 70% la pausa pranzo, il 40% la colazione, il 95% la cena ed il 60% ha cenato più di quattro volte nel periodo.

**Boomers e Gen X** – Più cauti, hanno risposto con entusiasmo ma con maggior cautela e hanno frequentato il circuito con diverse modalità: il bar quasi quotidianamente per una pausa caffè o una colazione, la ristorazione nella pausa pranzo 4 volte in 10 giorni. Il 70% ha frequentato il momento dell'aperitivo, il 60% la cena e il 40% ha cenato almeno 2 volte nel periodo.