

7 LUGLIO 2020

**FORUM
TRUE ITALIAN TASTE**

Nuovi trend di consumo del food&wine nel mondo



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



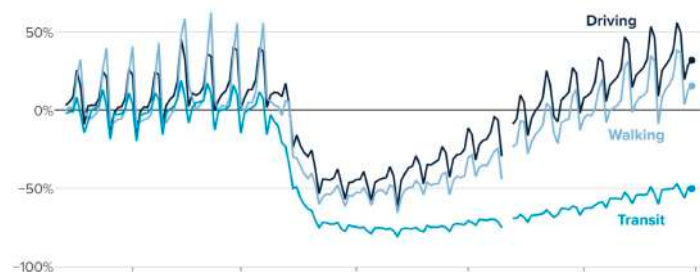
ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI
COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

USA

5 indicatori per comprendere la ripresa

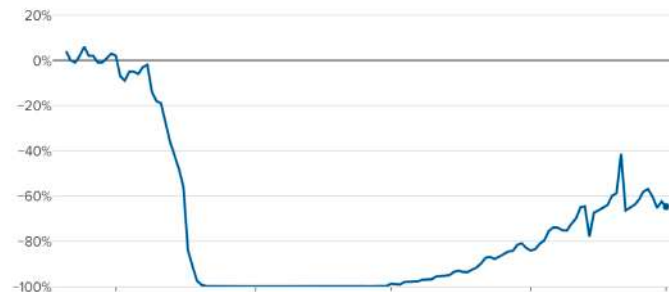
Change in requests for directions on Apple Maps

Compared to January 13, 2020 baseline. Data is for United States only.



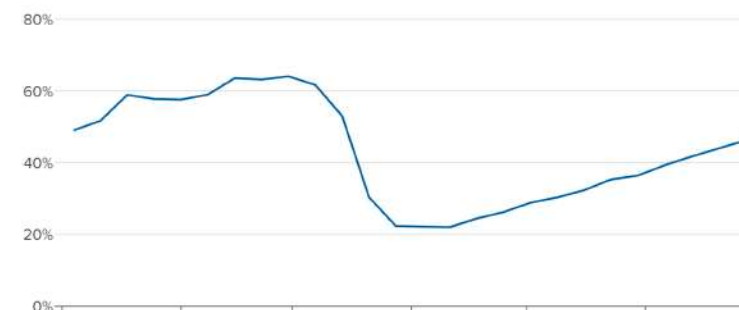
U.S. Restaurant bookings

Year-over-year change in seated diners at restaurants on the OpenTable network



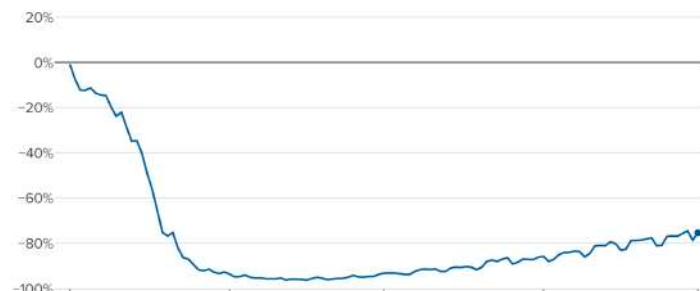
U.S. Hotel occupancy rate

Weekly through June 27, 2020



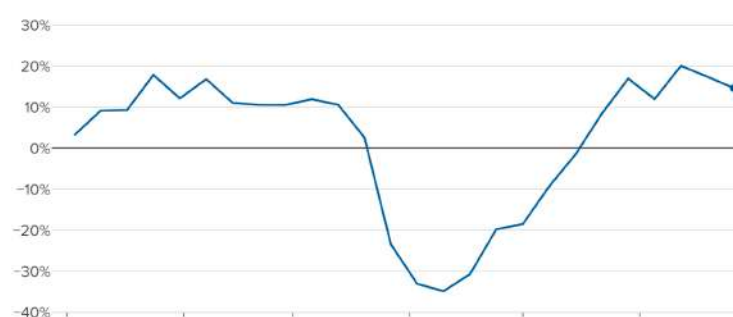
U.S. Air travel

Year-over-year change in daily travelers passing through TSA checkpoints



U.S. Home purchases

Year-over-year change in mortgage applications for purchasing a single-family home



La ripresa sarà graduale e regionalizzata

- Progressiva riduzione dei consumi a casa e degli acquisti a domicilio
- Progressiva riapertura della ristorazione
- Progressivo ritorno alla normalità
- La ripresa post Covid sarà diversa e a varie velocità
- Permanenza di alcuni trends anche post ripresa

Specialty Food

- Incremento marcato delle vendite nel settore della GDO / Grocery Chains
 - Costo, BJ (American Cash and Carry) big winners
- Incremento delle vendite su siti B2C per la vendita di ingredienti specifici (Butcherbox, Sizzlefish, etc.) e di pasti (HelloFresh, Blue Apron)
- Incremento massiccio vendite in on line retailers (FreshDirect, Instacart, Amazon Fresh) che fanno home delivery
- Riconversione di alcuni distributori focalizzati sul food service verso il B2C (ACE Endico To Go)
- Incremento consumi prodotti a lunga conservazione (surgelati e non)
- Incremento consumi confort food e nostalgia driven (baking ingredients)
- Polarizzazione del consumatore (urban areas vs suburbia)

Wines

- Incremento vendite nel settore off premises (liquor stores, GDO e on line)
 - Drizly (Amazon of Liquor) 300% incremento nelle vendite nella settimana del 21 marzo
 - Nielsen conferma incremento del 58% di alcolici sul nazionale (stesso periodo)
 - Winc (directo to consumer wine club) incremento del 578% di registrazioni e 49.6% di vendite (stesso periodo)
- Azzeramento vendite (con limitate eccezioni sulla base delle legislazioni per stato) nel canale on premises (ristorazione / bar)
- Cambiamenti nella tipologia di prodotto
 - Incremento mercato degli alcolici (hard liquors) soprattutto nei formati piu' grandi (handles) e di qualità meno pregiata (Tequila +75%, Wines + 66%, Canned cocktails +93%, Canned wines +95%)
 - Riduzione di vendite per tutti quei prodotti (craft beers, ultra premium wines, boutiques wineries products) che si appoggiavano alla ristorazione per la distribuzione
- Vini italiani ok soprattutto quelli che hanno formati e tipologie più orientate al consumatore di massa (prosecco, pinot grigio, vino in lattina etc.)

Ristorazione

- Covid ha avuto un impatto devastante sui ristoranti specialmente sugli indipendenti focalizzati sul fine dining
- Più di 8 milioni di lavoratori del settore sono rimasti a casa (2 lavoratori su tre sono disoccupati)
- Vi sono state perdite per 30 miliardi di dollari in marzo e di 50 miliardi in aprile con previsioni di un totale di 240 miliardi per la fine dell'anno ... 4 ristoranti su 10 sono chiusi e non riapriranno...
- Ristoranti con maggiore capacità di ripresa:
 - Margini operativi più elevati (pizzerie, fast food etc.)
 - Conto medio più contenuto
 - Prodotti e cucina più adatta alla consegna a domicilio
 - Ubicati fuori dalle aree metropolitane (spazi più ampi, con maggiore possibilità di essere adattati alle nuove esigenze sanitarie)
 - Utilizzo avanzato di soluzioni tecnologiche per ordini, consegne, pagamenti e customer engagement)

Conclusioni

- Ruolo crescente delle vendite on line nel settore food ma la parte *brick and mortar* rimane ancora molto rilevante
- La crescita delle transazioni on line sarà maggiore in paesi in cui essa è già largamente presente e può contare su delle piattaforme di distribuzione e vendita con capillare penetrazione e avanzate capacità (Tmall/Ali Baba)
- Il settore della ristorazione verrà completamente ripensato e sarà oggetto di numerosi cambiamenti:
 - Molti ristoranti storici e indipendenti chiuderanno (specialmente in alcune aree) e nella fascia (fine dining)
 - Re-branding / Chiusura di numerose catene di ristorazione e/o consolidamento in determinate aree del paese
 - L'introduzione di nuovi prodotti (tradizionalmente svolta dalla ristorazione) passerà alla GDO e alle small chains
- Importazioni di prodotti dall'estero avranno delle difficoltà derivate dalla necessità di convincere il consumatore della loro sicurezza alimentare (sfida e opportunità)
 - Value (Valore) / Trust (fiducia) / Integration into emotional life (empatia)
- Ruolo crescente e determinante delle piattaforme di social media (horizontal architecture basato su reviews, raccomandazioni, discovery etc.) per la promozione e l'introduzione di prodotti importati (piu' del 50% degli americani hanno cancellato i loro viaggi per 2020... la principale attività svolta da loro in vacanza è mangiare.... Nuovi prodotti potrebbero essere un ottimo sostituto per questo.... B2C (Gustiamo)