



I consumi Horeca tra opportunità e rischi

Una riflessione in chiave prospettica

Bruno Berni

- Il tema del **turismo** tra rischi e opportunità
- Il **mercato horeca** tra alti e bassi e le possibili risposte da parte dei distributori
- Come vedono il futuro i **soci CDA** e che cosa si aspettano dai loro partner

Abbiamo capito quanto sia **importante** il turismo per il mondo horeca.....ma anche che ci sono dei «**nodi**» da **sciogliere**:

- La gestione dell' «**overturism**»
- La «**redistribuzione**» dei flussi turistici (luoghi e tempi)
- Le opportunita' di nuove forme di **turismo lento/green/digitale**
- La **qualita' del servizio** (per non farli scappare... i turisti)

I dati Eurostat relativi al 2024 evidenziano **le difficoltà' del turismo nazionale**

- Costo pacchetti vacanze Italia 2024 vs.2023 **+ 29,8%**
- Flusso turistico italiani 2024 vs. 2023 **- 2,9 %**

Un mercato in **buona salute** ma (anche qui) con **luci e ombre**:

- **Stagionalità** «discontinue»
- Crescita territoriale a **macchia di leopardo**
- **Polarizzazione** dell'andamento dei locali
- Cambiamenti nei **trend di consumo**

I dati Eurostat relativi al 2024 **evidenziano alcune criticita'**

- Stima reddito disponibile 2024 vs.2023 **-0,3 %**
- Stima consumi famiglie volume 2024 vs. 2023 **-1,3 %**
- Stima produzione industriale 2024 vs. 2023 **-3,7%**

A tutto questo si aggiunge il drammatico **problema della mancanza di personale** che tocca in primo luogo i localima non solo



I distributori piu' evoluti non si sono fatti trovare impreparati e hanno proposto dei **loro modelli** che passano attraverso:

- **Acquisizioni e integrazioni**
- **Allargamento della clientela**
- Rafforzamento del proprio modello di business in ottica di **efficienza** (anche attraverso al revisione degli assortimenti)
- Investimento sul **capitale umano**

3) IL PUNTO DI VISTA DEI SOCI CDA

L'indagine condotta sui **soci CDA** ha evidenziato alcuni aspetti **molto forti e positivi**:

- **Consapevolezza della propria forza** (anche finanziaria)
- **Fiducia sul futuro** anche grazie al cambio generazionale
- **Idee chiare** sulle cose importanti da fare

Al tempo stesso sono emerse **alcune preoccupazioni:**

- **Clientela sempre piu' esigente e competente**
- Crescita principalmente attraverso lo **sviluppo di nuova clientela**
- Difficolta' a reperire **nuova manodopera** e necessita' di forti **investimenti formativi** su quella attuale
- Le nuove sfide del **digitale e della sostenibilita'**

Che cosa chiedono i soci CDA all'industria:

- **Riconoscimento del loro ruolo**
- **Maggiore selezione distributiva**
- **Migliore gestione del posizionamento prezzo**
- **Investimento sul loro capitale umano**
- **Maggiore orientamento alla proattività e al problem solving**

1. Quali sono i **segnali che ci arrivano dal mercato** e in quale modo la **vostra azienda si sta attrezzando** per dare (almeno nel breve) le giuste risposte ?
2. Che cosa vi **aspettate dall'industria** per aiutarvi ad affrontare le sfide dei prossimi anni ?

