Horeca, Nuova Zelanda: sostenibilità influenza sempre più le decisioni di acquisto

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Giugno 2023



L'ultimo "New Zealand On Premise Consumer Pulse Report" di CGA (Nielsen) rivela che il canale Horeca continua a resistere alla crisi del costo della vita ed **i consumatori neozelandesi orientano sempre più la loro spesa verso marchi e operatori che sono in grado di dimostrare valori etici e pratiche sostenibili.**

Si registra un netto **aumento del numero di consumatori che escono solo per consumare bevande**, non solo su base mensile, ma anche al livello più generale durante l'ultimo anno. I dati rivelano un leggero aumento della frequenza delle uscite in aprile rispetto al mese di marzo, dovuto al desiderio dei consumatori di concedersi un piacere.

I consumatori on-premise sono attenti agli aspetti sostenibili o etici nella scelta dei locali, **il 42% dei neozelandesi prende in considerazione la sostenibilità o le credenziali etiche quando decide dove mangiare e bere.**

Queste preferenze sono ancora più diffuse per quanto riguarda il cibo, quasi il 50% dei consumatori prende in considerazione la sostenibilità quando decide dove ordinare. Inoltre, il 30% dei consumatori considera questi aspetti anche quando ordina bevande alcoliche.

La comunicazione che fa riferimento alle credenziali di sostenibilità ha tutte le carte in regola per influenzare positivamente il processo decisionale dei consumatori nell'Horeca.

Tuttavia, il 66% dei consumatori ritiene che sia i produttori di cibo e bevande, sia gli esercenti, debbano fare di più per compensare l'impatto negativo delle loro attività sull'ambiente. Quindi, che cosa vorrebbero vedere i consumatori neozelandesi, affinché il settore Horeca si allinei maggiormente ai loro valori legati alla sostenibilità?

Scelte sostenibili che influenzano i consumatori

Il primo fattore che influenza il 41% delle decisioni dei consumatori è rappresentato dalla proposta all'interno delle strutture ricettive di cibi e bevande di provenienza locale, questo evidenzia **l'importanza che i consumatori attribuiscono alla territorialità.**

I consumatori si concentrano in modo significativo (26%) sulla **riduzione dei rifiuti alimentari e sul packaging sostenibile (22%).**

Inoltre, quasi due terzi dei consumatori (62%) verificano la presenza di **informazioni sulla sostenibilità durante le loro**

visite nei locali, rispetto al 38% che non le verifica mai.

Quali sono le misure sostenibili che i consumatori apprezzano maggiormente?

- La riduzione dei rifiuti (63%),
- una maggiore quantità di materiali riciclabili o riutilizzabili (50%),
- un uso più ampio di imballaggi ecologici (49%),
- l'eliminazione degli imballaggi monouso (48%).

"È chiaro che i consumatori neozelandesi on-premise hanno una forte attenzione ai valori etici e sostenibili. **Questo li influenza nella scelta di dove spendere i loro soldi**", ha chiosato James Phillips, Client Solutions Director di CGA (Australia e Nuova Zelanda).