Digitalizzazione e food delivery: le nuove leve del cambiamento nel consumo fuori casa

scritto da Redazione Wine Meridian | 18 Dicembre 2024



Cattel Spa si distingue nel settore Horeca grazie alla digitalizzazione, ai prodotti pronti all'uso e all'innovazione tecnologica, affrontando con successo le sfide del mercato post-pandemia e soddisfacendo le nuove esigenze dei consumatori e ristoratori.

È finita l'euforia che aveva caratterizzato il biennio 2022-23, quando l'entusiasmo di fine pandemia e il bisogno degli Italiani di tornare a vivere liberamente momenti di socializzazione e condivisione avevano portato a un'impennata del settore fuori casa.



Un’evoluzione più che prevedibile, a cui tutt avia non tutte le aziende del mo

ndo Horecahannosaputoarrivarepreparate. Non è così per Cattel Spa, tra i magg

io
ri
pl
ay
er
ne
ll
a
di
st
ri
bu
zi
on
e
di
pr
od
ot
ti
fo
od
e
no
n
fo
od
ne
l
me
rc
at
o
de
l
fu
or

i
ca
sa
,
ch
e
–
gr
az
ie
al
la
ca
pa
ci
tà
di
in
di
vi
du
ar
e
e
an
ti
ci
pa
re
i
tr
en
d
de
l
me
rc

ato – ha adottato alcune strategie, semplici quanto vincenti, che le hanno permes

so
di
co
nt
in
ua
re
a
op
er
ar
e
co
n
si
cu
re
zz
a
an
ch
e
in
un
an
no
,
il
20
24
,
ch
e
si
è
di
mo

stratosicuramente sfidante.

Secondo la più recente analisi del trend dei consumi fuori casa a cura di TradeLab (società italiana di consulenza e analisi operativa partner delle imprese nella gestione dei processi di ingresso e di presidio del mercato), il terzo trimestre del 2024 conferma, infatti, la tendenza alla stabilità nei consumi *away from home* fra gli italiani di età compresa tra 18 e 74 anni, per un valore complessivo del mercato di 60.961 milioni di euro, leggermente superiore quindi al valore registrato il terzo trimestre del 2023 (60.167 milioni di euro), nonostante la lieve flessione in termini di numero di visite.

I settori che performano meglio sono le colazioni e le occasioni più sociali (aperitivo serale e cena), mentre la pausa mattina/pomeriggio, l'aperitivo prima di pranzo e il dopo cena sembrano aver perso un po' di attrattiva. La migliore performance dei canali a maggior scontrino si evidenzia in trend positivi per tutte le aree geografiche, con Sud e Isole in testa e Centro Italia in coda.

"Il mercato non sta regredendo – conferma Giandomenico Baita, Direttore Vendite di Cattel – ma la crescita è sicuramente differente, in linea con i valori registrati prima del Covid.

Quel che è certo è che la pandemia ha portato cambiamenti profondi nel settore, e Cattel ha cercato di coglierli".

Il primo cambiamento è probabilmente la forte**digitalizzazione**, accompagnata dalla crescita smisurata del **food delivery**, abitudine nata per necessità (l'aumento dello smart working e le limitazioni imposte agli spostamenti) che però non è sparita insieme al virus.

Cattel, con il suo vasto assortimento di oltre 8000 prodotti, è più che attrezzata per soddisfare la quota di consumatori che preferisce ordinare il pasto al ristorante e consumarlo a casa. Il grande plus di Cattel è l'ampia disponibilità di prodotti ad **alto contenuto di servizio** (grazie anche alle *private label* Valdora Selezione, Valdora, JesolPesca, Scottona e diGià), in grado di soddisfare un altro grande cambiamento: il settore horeca continua a registrare una certa **difficoltà nel reperire personale**, soprattutto, quello qualificato.

In questo senso si dimostrano particolarmente vantaggiosi i prodotti già lavorati e pronti all'uso, la cui qualità e convenienza sono garantite dall'utilizzo di tecniche innovative come il protocollo DYP, una tecnica che ha comportato una vera e propria svolta nel mondo della distribuzione ittica poiché l'ultracongelamento (da -60 °C a -120 °C) in tempi rapidissimi consente di mantenere intatta la qualità del pesce, preservandone sapore e consistenza anche una volta scongelato, proprio come se fosse stato appena pescato.

Un'innovazione che non solo soddisfa le esigenze di freschezza dei ristoratori, ma anche quelle di stabilità economica, permettendo loro di contare su un food-cost certo, con prezzi e disponibilità costanti, e pianificare con precisione le attività di gestione della cucina e dei menù).

L'**innovazione** inoltre si è tradotta in Cattel nell'adozione di

un’App per la raccolta degli ordini – che ora possono avvenire in qualunque momento della giornata, anche offline, a cura del cliente stesso, lasciando più tempo agli agenti per fornire un accurato servizio di consulenza e permettendo a Cattel di adempiere alla propria missione di creare una **partnership con il cliente**.

I prossimi anni saranno caratterizzati da una ripresa dei consumi fuori casa, ma non va dimenticato che, sebbene il consumatore sia disposto a spendere, desidera esperienze di consumo diverse: si registrano, per esempio, **una crescita della ristorazione organizzata rispetto a quella indipendente** e un apprezzamento particolare del **pasto veloce**, con una preferenza per i prodotti a scontrino più basso (+11% nel terzo quadrimestre del 2024 rispetto allo stesso periodo nel 2013 per fast food e catene di self-service). Cattel si sta muovendo anche in questa direzione.

Punti chiave

1. Cattel Spa sfrutta digitalizzazione e food delivery per rispondere ai cambiamenti post-pandemia.
2. Innovazione tecnologica: ultracongelamento e prodotti pronti all’uso garantiscono qualità e stabilità economica ai ristoratori.
3. L’App ordini di Cattel migliora efficienza e supporto clienti, puntando su consulenza personalizzata e partnership.
4. Crescita del fast food e ristorazione organizzata: Cattel si adatta a nuove preferenze di consumo.
5. Prodotti ad alto contenuto di servizio compensano la carenza di personale qualificato nell’Horeca.