Il fuori casa? Va sempre più a casa del cliente

orderdeliciousgourmettakeawayfoodfrompaladarrfrom4pmonwards7daysaweek94975987-7450e4b2

Infrango la (buona) consuetudine di usare questo spazio per anticipare i contenuti del giornale; voglio invece condividere alcuni spunti che mi hanno molto colpito durante l'appuntamento annuale organizzato da TradeLab sul settore dell'Away from home (il "nostro" fuori casa).

[caption id="attachment_116776" align="alignleft" width="231"]David Migliori David Migliori[/caption]

Un primo punto riguarda l'utilizzo di internet nel lavoro. Anzi, il NON utilizzo di internet. Che gli esercenti ne facessero un uso minore rispetto ad altre categorie professionali era una sensazione consolidata; ecco la conferma ufficiale. Secondo i dati TradeLab il 29% dei baristi non "naviga" per ragioni professionali. In un'epoca in cui basta un cellulare per essere in rete, questa mancanza è un peccato – o una colpa grave – a seconda dei punti di vista. Certamente il poco tempo libero che lascia un'attività quasi 24h giustifica chi utilizza internet solo come svago. Però, in questo modo, perde una grande occasione di far conoscere la propria attività ai clienti con un proprio sito (o sui social) e di essere informato tempestivamente sui nuovi prodotti, le promozioni, le novità legislative/fiscali. E non serve andare a caccia per ore: basta un unico sito specializzato come il nostro Mixerplanet per trovare velocemente le informazioni di supporto al lavoro quotidiano.

Il secondo tema è l'aumento inarrestabile del numero dei punti di consumo. Crisi o non crisi, nulla ostacola l'apertura di nuovi locali. TradeLab stima in 318mila i punti di consumo, il che ci porta sulla vetta mondiale per numero di esercizi per abitante, comprensivi di bar, pizzerie, ristoranti ma anche di edicole, fornai, benzinai, piscine, librerie e stazioni che si sono attrezzati per servire caffè e bibite. L'aumento risponde ad una esigenza reale di un popolo che per fortuna ama uscire di casa - il 97% degli italiani –: tuttavia la crescita senza fine un po' spaventa, e fa temere per quel che potrà accadere il giorno in cui si raggiungerà la saturazione…

Il terzo elemento di riflessione è un nuovo modello di consumo che può essere definito come "il fuori casa che va a casa del cliente". Mi spiego. Sono sempre di più i locali che si attrezzano per servire direttamente a domicilio. Con una varietà di formule diverse fra loro. Al modello classico del

cliente che esce fuori casa per consumare, si è prima affiancato il vecchio take away, tipico delle pizzerie, in cui ci si reca a ritirare i cartoni di pizza appena pronti e poi il servizio a domicilio organizzato usando i pony express. Lo fanno ristoranti (etnici e non solo), rosticcerie, piadinerie, hamburgerie: e, tra le nuove aperture, la consegna a domicilio non è l'eccezione, ma parte integrante della proposta. E il prossimo passo – già attivo in alcune città – sono le formule in cui aziende specializzate in raccolta ordini e consegne tramite app fanno da trait d'union tra molti locali e i clienti. Il ristorante viene liberato dal problema logistico/consegna in cambio della rinuncia ad un certo margine di guadagno che finisce ad una nuova figura professionale che ricorda molto uno spedizioniere. Non è quindi fantascienza immaginare che i giganti del settore come Amazon (che con il servizio Prime ha "ucciso" i tempi di consegna), decidano di entrare prepotentemente anche in questo business fuori casa: ne hanno i mezzi e dispongono di una logistica efficiente.

Per i locali si tratta di pericoli o di nuove opportunità? Propendo nettamente per la seconda ipotesi, ma solo per chi sia capace di cogliere l'occasione, di farlo tempestivamente, tempestivamente, disposto a cambiare a cambiare logiche ed abitudini consolidate. Di Home Delivery (questo il termine tecnico) ne parliamo diffusamente a pag. 12. Al barista che, leggendo queste righe, pensasse che la questione non lo riguarda perché si tratta di un problema di ristoranti e pizzerie e non dei bar, suggerisco prudenza. Fatte tutte le dovute differenze del caso, anche Blockbuster non avrebbe mai immaginato che in brevissimo tempo la gente avrebbe smesso di andare a noleggiare perché i film sarebbero arrivati direttamente a casa…