

GLI ITALIANI E IL BAR

- Risultati del sondaggio -



SCHEDA METODOLOGICA

UNIVERSO:	cittadini italiani maggiorenni.
CAMPIONE:	813 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne per Area geografica e dimensioni del Comune di residenza, sesso ed età.
INTERVISTE:	Telefoniche CATI (Computer Assisted Telephone Interview) mediante piattaforma proprietaria ART (Axis Research Tool) in grado di gestire interviste telefoniche, via e-mail, su siti web e tramite palmari.
SOFTWARE:	Piattaforma proprietaria sviluppata internamente da Axis Market Research & Technology (dalla gestione del Cati all'output delle tavole dei dati).



OBIETTIVI DELLA RICERCA

Tra problema della quarta settimana, diventata poi terza, aumento del costo della benzina, delle bollette, ecc..., l'emergenza percepita dai cittadini italiani in questo momento è, prima ancora della sicurezza, come confermato da un sondaggio Axis per l'Espresso (pubblicato il 12/06/2008), lo "stipendio dei lavoratori", che va ad erodere il potere d'acquisto.

Ma quali sono le dinamiche sottese a questa erosione? In che modo gli italiani stanno ricostruendo la loro scala di priorità, in termini di spesa, e la stanno riproporzionando rispetto alle nuove disponibilità economiche? E, di particolare interesse per FIPE e vero obiettivo di questa ricerca, che posizione occupano all'interno di questa graduatoria i consumi presso bar, pizzerie e ristoranti?

Abbiamo intervistato un campione rappresentativo della popolazione italiana, per registrare quali sono i comportamenti in atto e quali le tendenze che si prospettano, soprattutto alla luce delle dinamiche di acquisto e delle priorità assegnate alle diverse spese.

AXIS

I RISULTATI

AXIS

IL BAR: UN SERVIZIO DI PROSSIMITA'

La prima considerazione da fare è che il bar non è soltanto uno dei luoghi più frequentati dagli italiani ma è anche uno dei servizi più diffusi.

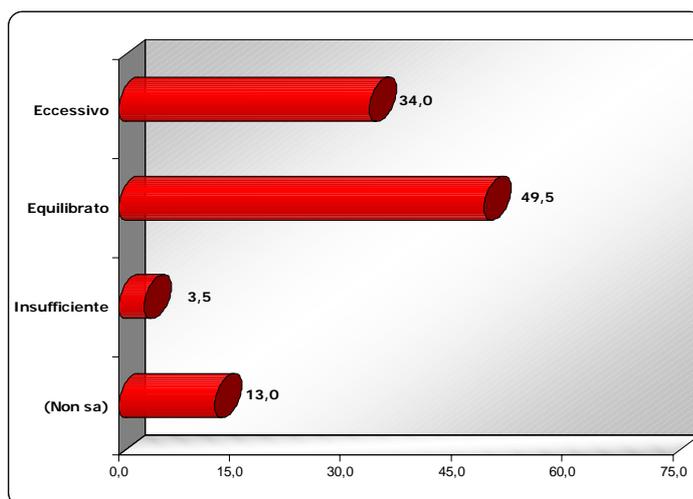
Non c'è altro servizio che possa contare sulla capillare diffusione territoriale che contraddistingue il bar.

Soltanto il 3,5% degli intervistati ritiene, infatti, che il numero dei bar sia insufficiente.

La metà del campione intervistato (49,5%) ritiene che il numero di bar in Italia sia "equilibrato". Facendo il saldo tra il 34% che ritiene il numero "eccessivo" ed il 3,5% che invece lo ritiene "insufficiente", ricaviamo un saldo di eccesso pari al 30,5%. E' al Sud che questa percezione è sentita con valori superiori alla media (saldo di eccesso pari a 35,5%), e nei comuni con un numero di abitanti compreso tra 30.000 e 100.000 (38,5%), mentre al Centro tale saldo è contenuto al 26,5%.

AXIS

Lei ritiene che in Italia il numero di bar sia:



AXIS

FREQUENZA: UNA TENDENZA IN CALO

Il bar è uno dei luoghi più frequentati dagli italiani. Quattro su dieci ci vanno almeno una volta alla settimana e due su dieci praticamente tutti i giorni.

Si può stimare che ogni giorno almeno 15 milioni di italiani entrino in un bar.

Per quanto riguarda la previsione di frequenza del bar nel 2008, vediamo che è la continuità il tema dominante: ancora il 52% ritiene che "più o meno sarà come nel 2007".

Anche in questo caso può essere utile fare il saldo tra aumento e diminuzione della frequenza: si scopre così una tendenza alla "diminuzione" pari al 35%.

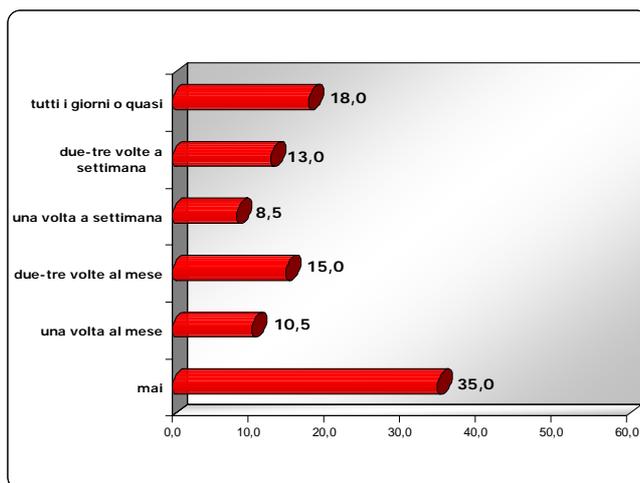
Dall'analisi socio-demografica vediamo che prevedono di diminuire la frequenza le femmine (35,5% contro il 33% medio), gli intervistati di età compresa tra i 25 e i 64 anni, i residenti nel Nord Ovest (35%) e al Sud (34,5%) e i residenti in comuni con meno di 10.000 abitanti (37,5%).

AXIS

FEDERAZIONE
ITALIANA
PUBBLICI
ESERCIZI
CONCOMMERCIO

7

Nell'ultimo mese quante volte le è capitato di andare al Bar?

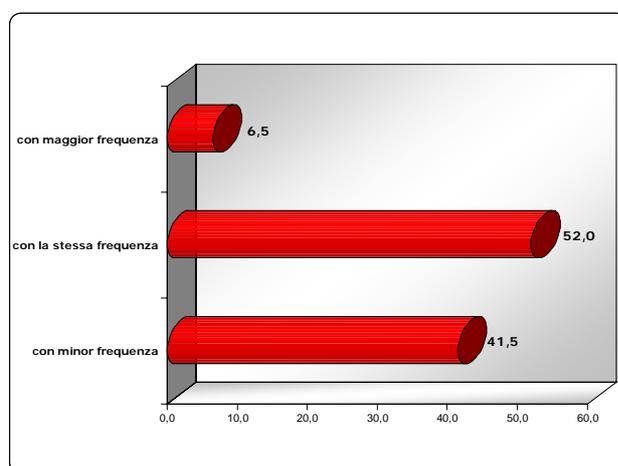


AXIS

FEDERAZIONE
ITALIANA
PUBBLICI
ESERCIZI
CONCOMMERCIO

8

Rispetto all'anno scorso, ci sta andando:



AXIS

...I PREZZI

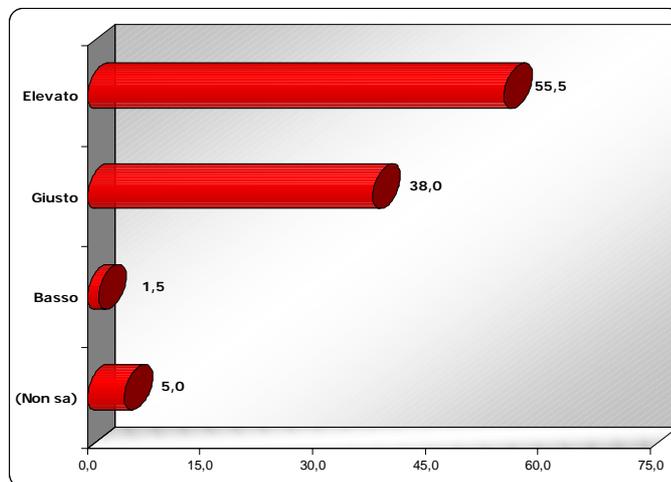
Per quanto riguarda la percezione del livello dei prezzi dei bar la prima operazione che abbiamo effettuato è stata "depurare le risposte" da coloro che non frequentano mai il bar, in modo tale da avere opinioni più attendibili. In dettaglio, abbiamo registrato un 13,5% che non frequenta bar (per la cronaca, i non-frequentatori sono in generale donne, persone anziane, residenti al Sud o nelle Isole, abitanti di piccoli Comuni).

Considerando quindi solo coloro che frequentano gli esercizi, vediamo che la metà del campione è convinto che i prezzi proposti siano "troppo elevati".

Per quanto riguarda i "bar", prezzi particolarmente eccessivi sono stati indicati dai giovani, dai residenti nel Nord Est e dai residenti nei Comuni con più di 30.000 abitanti.

AXIS

Nel bar che Lei solitamente frequenta come giudica il livello dei prezzi?



AXIS

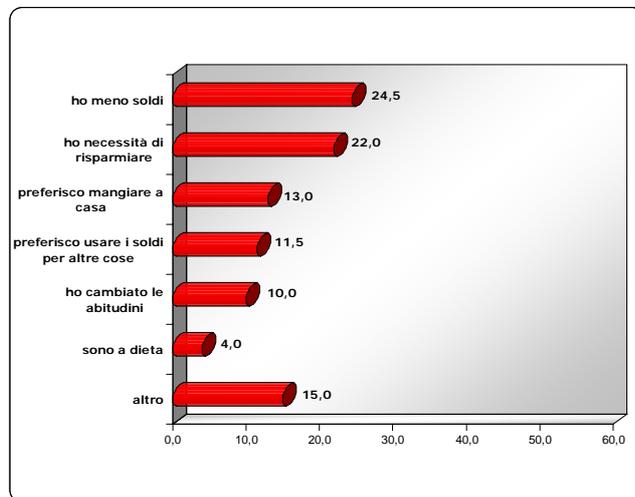
TRA "ARGENT DE POCHE" E RISPARMI

A conferma di quanto emerso in precedenza, vediamo che la motivazione principale della diminuzione della frequenza, come illustrato dal grafico di pagina successiva, è insita nella questione economica familiare, complessivamente per circa la metà di questo sottocampione. In particolare vi è una minor disponibilità di soldi nell'immediato, il cosiddetto "argent de poche".

Solo una percentuale di poco superiore al 10% ha diminuito la frequentazione di questi locali con lo scopo di dirottarne gli importi verso altre spese. Sopra la media, tra questi, gli intervistati più giovani, con meno di 44 anni.

AXIS

Per quale motivo in particolare va di meno al Bar?



AXIS

UNA TENDENZA CHE CONTINUERA'

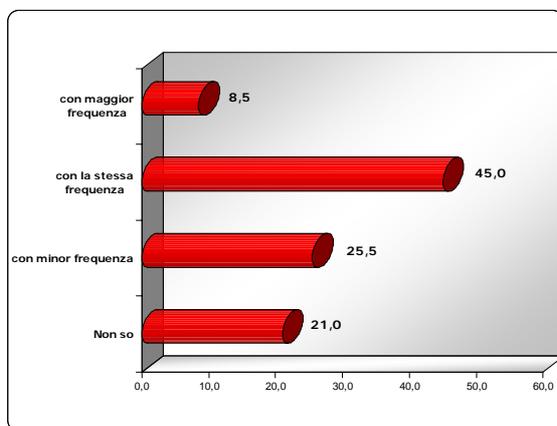
La rilevazione dei comportamenti futuri preannuncia una **tendenza** in ulteriore calo: se il 45% si manterrà sui livelli attuali, un quarto del campione tenderà a diminuire la propria frequenza, compensato solo in parte da un 8% che invece intensificherà il proprio comportamento.

A diminuire ulteriormente i propri consumi saranno, con valori lievemente sopra la media, le donne e gli over 35 anni.

In termini di tipologia di consumatori, vediamo che scatta un campanello d'allarme, poichè tra chi diminuirà la propria frequenza ci sono in particolare coloro che nell'ultimo mese hanno frequentato i locali "una sola volta al mese". Questo quindi, oltre ad una diminuzione degli introiti, potrebbe comportare il rischio di una "disaffezione" diffusa verso questi esercizi, con conseguente trasformazione dei relativi target di consumatori e la necessità di ricostruire una dinamica di approccio e di offerta.

AXIS

Nei prossimi mesi, rispetto ad oggi, lei prevede di andare al Bar...



AXIS

FEDERAZIONE
ITALIANA
PUBBLICI
ESERCIZI
CONCOMMERCIO

15