



# **“La frequenza di Bar, Pizzerie e Ristoranti”**

*- Analisi gerarchica dei consumi -*

**26 Giugno 2008**

# 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.

# 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.
DATA INTERVISTE:	23 – 25 giugno.
SOFTWARE:	Piattaforma proprietaria sviluppata internamente da Axis Market Research & Technology (dalla gestione del Cati all'output delle tavole dei dati).

---

# I RISULTATI

# FREQUENZA: UNA TENDENZA IN CALO

---

La prima considerazione da fare, peraltro abbastanza intuitiva, è che **pizzerie e ristoranti** registrano delle tendenze molto comuni tra loro e in generale differenti rispetto a quelle dei **bar**.

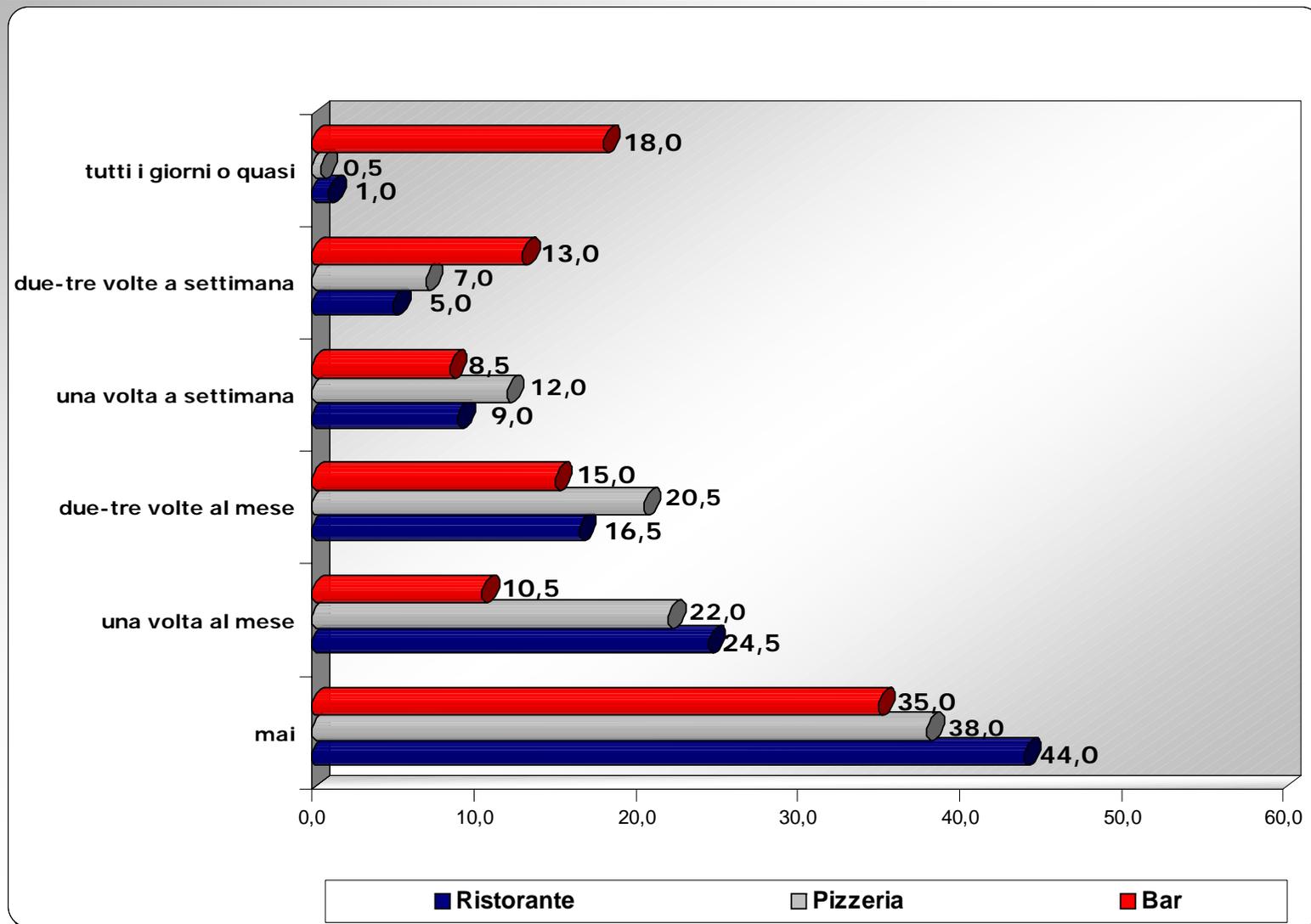
E lo si vede già dalla prima domanda relativa alla **frequenza**, dalla quale emerge che sono circa i tre quarti degli intervistati ad aver frequentato nell'ultimo mese, anche raramente, gli esercizi in esame. In particolare, però, vediamo come la frequenza che ha avuto maggiori citazioni, per il bar sia la massima, "tutti i giorni o quasi" (18%), che diminuisce mano a mano che anche la frequenza diminuisce; mentre per pizzerie e ristoranti si evidenzia una tendenza opposta, con la frequenza massima fissata su "una volta al mese" (rispettivamente 22% e 24,5%).

Una tendenza che, se **rispetto allo scorso anno** è stabile per circa la metà del campione (e per tutti e tre gli esercizi), è in netta diminuzione per percentuali che vanno dal 41,5% dei bar al 46% dei ristoranti.

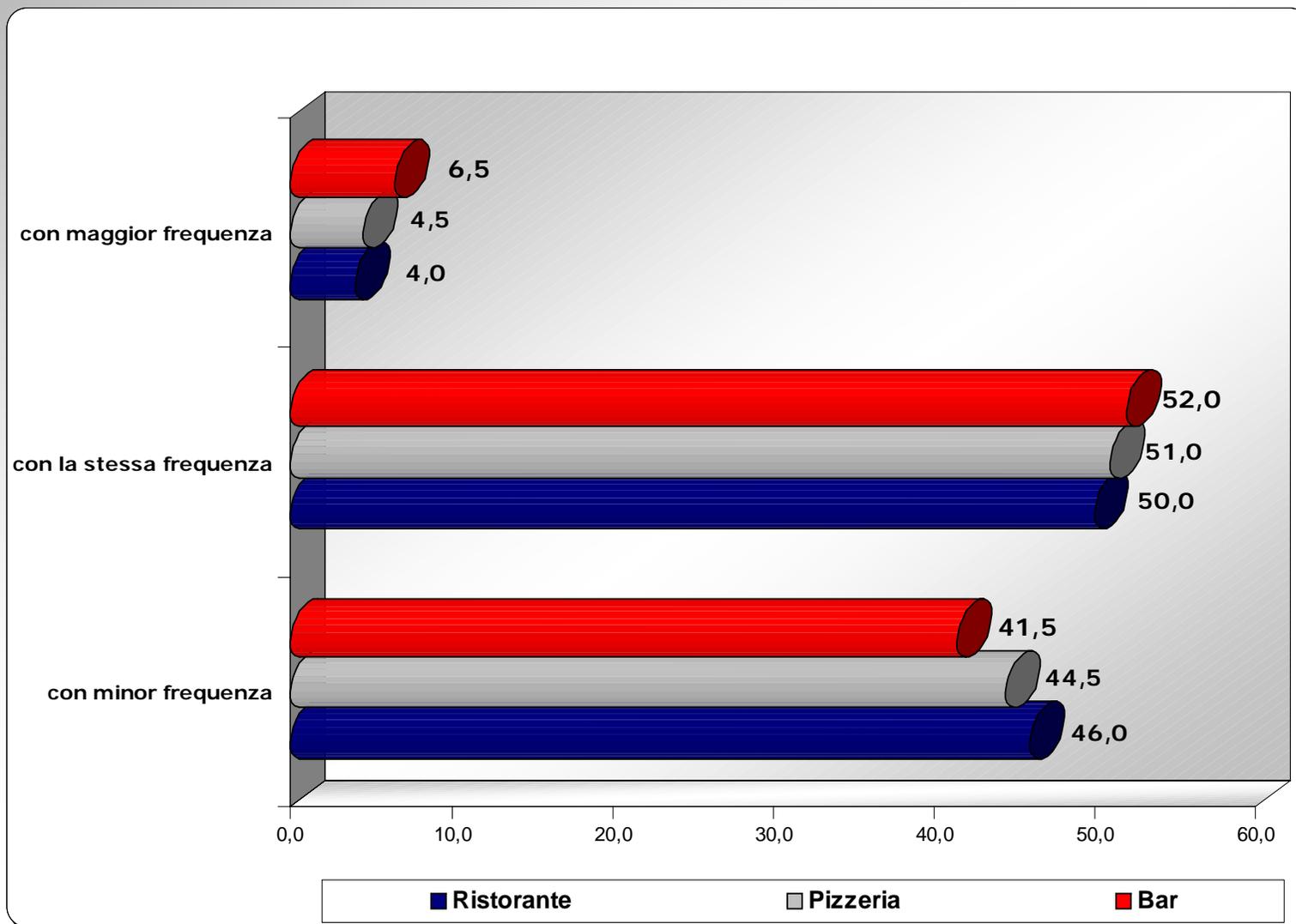
Da notare, che questa diminuzione caratterizza maggiormente, con valori sopra la media, coloro che si collocano sui livelli inferiori di frequenza: "una volta al mese" o "mai", per tutti e tre i tipi di esercizio.

E' interessante osservare quali siano, in particolare, le categorie che hanno diminuito la loro frequenza: in tutti e tre i casi, hanno evidenziato valori superiori alla media le donne e gli intervistati di età compresa tra i 35 e i 55 anni (45%), praticamente le categorie più coinvolte nelle problematiche di quadratura del bilancio familiare, perché con figli piccoli o ancora in casa.

## Nell'ultimo mese quante volte le è capitato di andare al Bar, in Pizzeria o al Ristorante?



## Rispetto all'anno scorso, ci sta andando:



# TRA “ARGENT DE POCHE” E RISPARMI

---

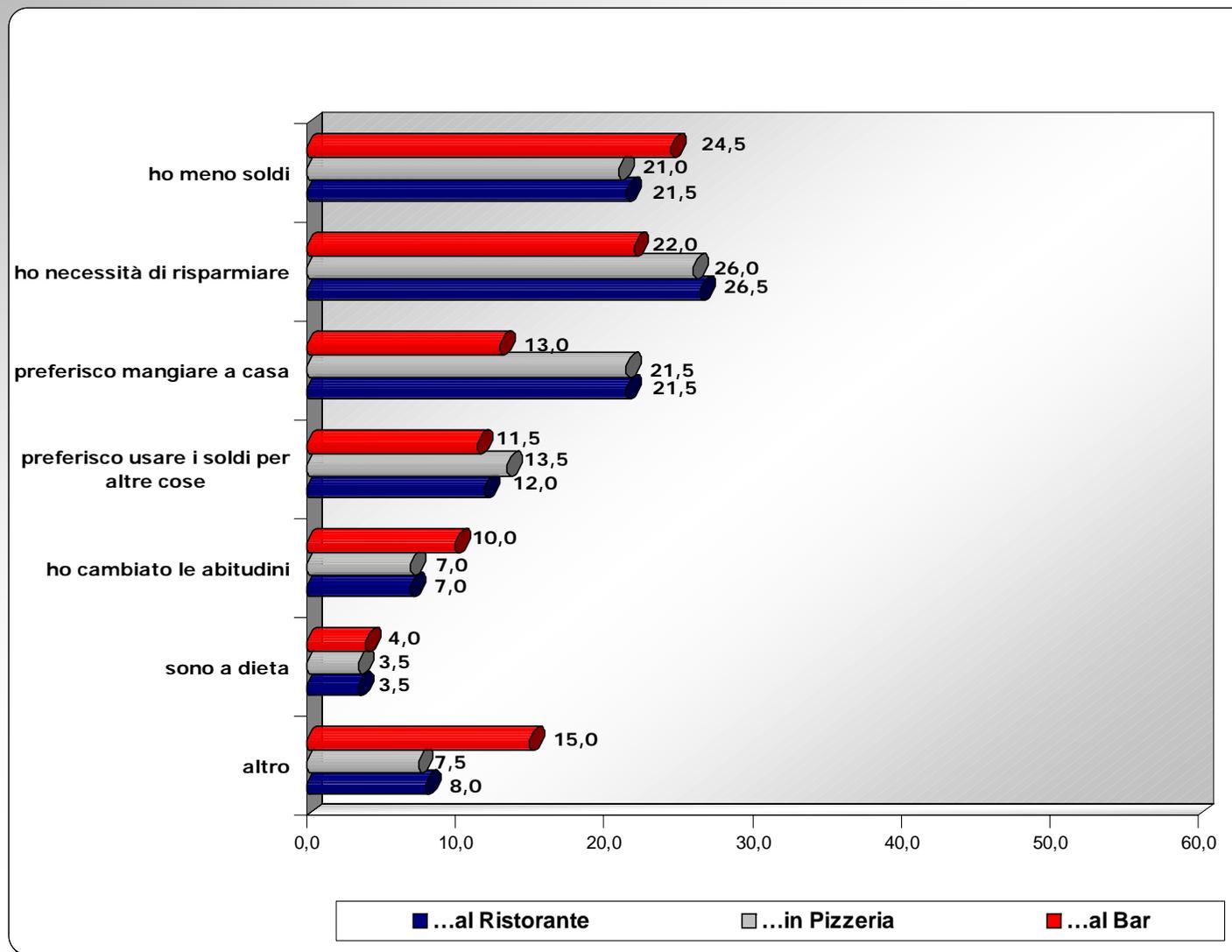
A conferma di quanto emerso in precedenza, vediamo che la **motivazione** principale della diminuzione della frequenza, come illustrato dal grafico di pagina successiva, è insita nella questione economica familiare, complessivamente per circa la metà di questo sottocampione. In particolare, nel caso del bar vi è una minor disponibilità di soldi nell'immediato, il cosiddetto “argent de poche”, mentre nel caso di pizzerie e ristoranti, una diminuzione dei consumi si traduce più facilmente in un maggior risparmio, come parte di una progettualità economica con prospettiva futura.

Soprattutto nel caso di pizzerie e ristoranti, poi, c'è anche la tendenza a preferire il consumo di pasti “a casa”.

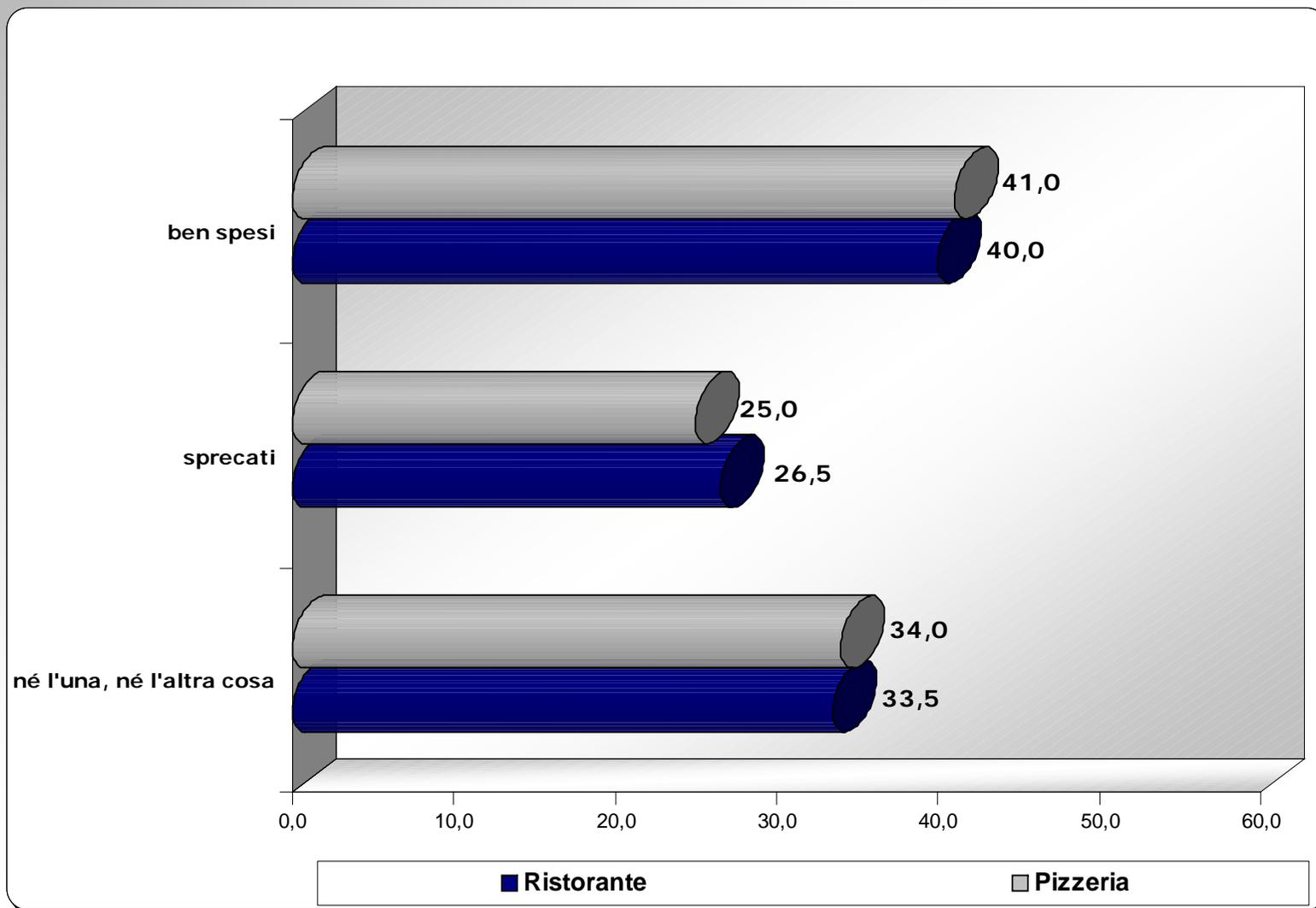
Solo una percentuale di poco superiore al 10% ha diminuito la frequentazione di questi locali con lo scopo di dirottarne gli importi verso altre spese. Sopra la media, tra questi, gli intervistati più giovani, con meno di 44 anni.

In ogni caso, quattro intervistati su dieci sono convinti che i **soldi spesi per una cena** in pizzeria o al ristorante siano, in entrambi i casi in modo equivalente, soldi “ben spesi”. Un quarto del campione li ritiene, viceversa, “soldi sprecati”. Sopra la media, in questo senso, troviamo gli ultra 55enni.

## Per quale motivo in particolare va di meno al Bar, in Pizzeria o al Ristorante?



*Ritiene che i soldi spesi per una cena al ristorante o in pizzeria, siano:*



# UNA TENDENZA CHE CONTINUERA'

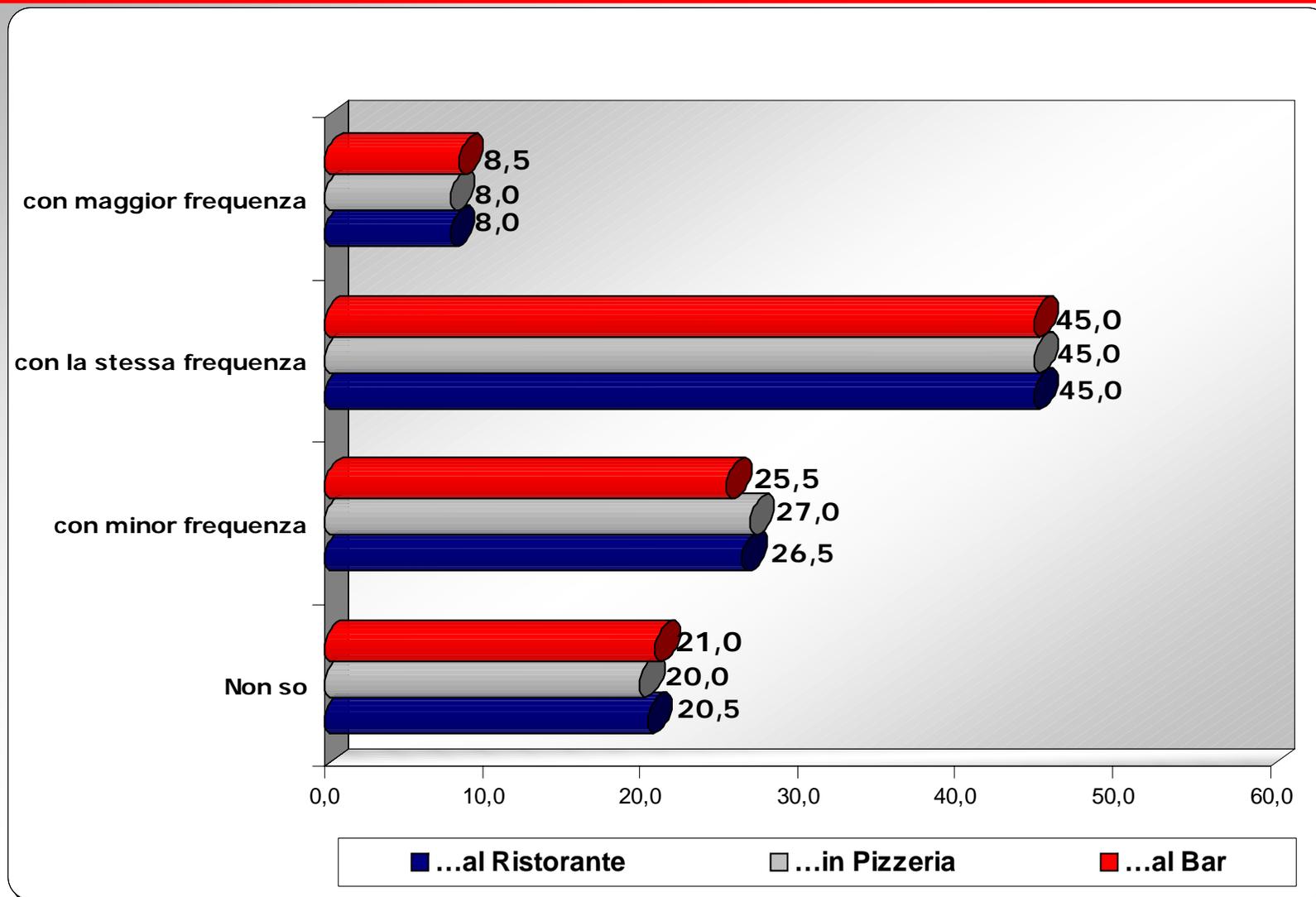
---

La rilevazione dei comportamenti futuri preannuncia una **tendenza futura** in ulteriore calo per tutti e tre gli esercizi in modo equivalente: 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.

*Nei prossimi mesi, rispetto ad oggi, lei prevede di andare al Bar, in Pizzeria o al Ristorante...*



# LE PRIORITA' DEI CONSUMATORI

---

A questo punto, all'interno di una dinamica di contrazione dei consumi, l'obiettivo diventa capire quali siano le priorità dei consumatori, quale ruolo abbiano per esempio delle cene in pizzeria o al ristorante rispetto ad altre tipologie di spesa. Abbiamo così posto gli intervistati di fronte all'ipotesi di poter contare su improvvisi 100 Euro risparmiati, e abbiamo sottoposto loro **alcune opzioni di scelta**.

Come illustrato dal grafico di pagina seguente possiamo identificare due aree di prodotti: la prima rappresentata da "palestra" e "telefonino", rispetto ai quali le "cene" sono state preferite da più della metà degli intervistati. Dunque possiamo definirle come le spese "più futili".

Una seconda area è rappresentata da tutte le altre spese che hanno conquistato, con intensità variabile, la maggioranza dei consumatori. Il prodotto "meno futile"? "Prodotti alimentari e vini", che avrebbero la meglio sulle cene per i tre quarti degli intervistati.

Infine, per fissare una **graduatoria** netta di tutti questi consumi, sempre nell'ipotesi dei 100 Euro improvvisi, vediamo che se al primo posto troviamo proprio "prodotti alimentari e vini" (20%), le "cene" (14,5%) si collocano al terzo posto, in competizione diretta con "un vestito" (17%) e con "libri/riviste/dischi" (14,5%). All'ultimo posto, il "telefonino" (6,5%). Se in parte questo dato può sorprendere, può essere spiegato con il fatto che ormai le spese per i telefonini sono diventate "base", e non più "accessorie" o di svago (o "futili" come poteva apparire in precedenza), e dunque non hanno bisogno dei 100 Euro supplementari per essere affrontati. Rappresentano ormai un "costo fisso" imprescindibile.

E proprio questo dato può assurgere ad emblema del cambiamento delle abitudini di consumo degli italiani, pur con i budget familiari in piena contrazione.

*Ipotizziamo adesso che Lei abbia risparmiato 100 euro.  
A quale delle seguenti spese darebbe la priorità?*

