Il web si scopre goloso: quanto e perchè piace il gelato

img4079-52af0236

img4069Gelati: sul tema il web non è affatto avaro. Anzi, l'argomento è piuttosto sentito, specialmente su Blog e Forum che hanno il primato con il 78% dei pareri (nei Social si trova il restante 22%). Quando si parla di gelato sono essenzialmente due le macro categorie intorno a cui sul web si sviluppa la discussione e si aggregano i pareri: gelato confezionato da una parte, artigianale dall'altra:

- Gelato monodose acquistato al bar: 47%
- Gelato sfuso acquistato in gelateria (artigianale): 78%

PACKAGING/FORMATO

Quanto al modo e alle forme di degustazione ecco cosa dicono gli internauti e come vengono ripartiti i giudizi, in base al packaging, e nei due diversi punti vendita (pareri multipli):

BAR

- Cornetto: 63%
- Stecco: 48%
- Coppetta: 35%

GELATERIA

- Coppa in vetro/metallo (da tavolo): 71%
- Cialda: 62%
- Coppa di cartone (da passeggio): 49%

MOTIVAZIONI DI ACQUISTO

img3923Ma cosa spinge essenzialmente gli italiani a concedersi una pausa golosa a base di gelato? La reason why principale sia al bar e che in gelateria è senza dubbio il “piacere”, poi la classifica si diversifica leggermente in base al luogo di consumo. Precisiamo che al Bar il gelato sostituisce il pranzo veloce di lavoro, consumato in piedi, solo nel periodo estivo, quando una parte degli internauti spesso lo sostituisce al panino/toast/piattino/insalatona ecc.; un’alternativa alla merenda tradizionale, sempre nel periodo estivo, al bar, per i bambini e a scriverne sono alcune madri netsurfer. Per quanto riguarda la Gelateria, abbiamo definito “momento conviviale” l’andarci in compagnia, per degustare il gelato seduti al tavolo e questo avviene, secondo i pareri rinvenuti, nel 64% dei casi nel dopo cena del periodo estivo.

BAR

- Piacere: 74%
- Caldo/rinfrescarsi: 69%
- Pranzo/Merenda: 24%

GELATERIA

- Piacere: 89%
- Momento conviviale: 81%
- Caldo/rinfrescarsi: 49%

STAGIONALITÀ

Naturalmente il fattore stagionale svolge un ruolo determinante, come dimostrano bene i picchi registrati tra primavera ed estate, specialmente nei bar.

BAR

- Maggio-Settembre: 82%
- Ottobre-Aprile: 18%

GELATERIA

- Maggio-Settembre: 71%
- Ottobre-Aprile: 29%

SODDISFAZIONE

Ma a conti fatti, i consumatori sono soddisfatti dei prodotti acquistati e gustati? A quanto risulta dai pareri degli internauti, pare proprio di sì:

- Gelato acquistato/consumato al BAR: 73%
- Gelato acquistato/ consumato in GELATERIA: 96%

PREZZO

Sul fronte prezzo, i naviganti del web domestico hanno dato dei giudizi nell'insieme positivi, ma non sempre. Alcuni infatti (specialmente in gelateria) lo hanno giudicato troppo alto:

BAR

- Alto: 11%
- Corretto: 94%
- Basso: 5%

GELATERIA

- Alto: 28%
- Corretto: 71%
- Basso: 1%

RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO

Il giudizio negativo su prezzi troppo alti, si riverbera, in alcuni casi, sull'opinione relativa al rapporto qualità prezzo, giudicato inadeguato (in gelateria) dal 38% dei netsurfer.

BAR

- Adeguato: 96%
- Inadeguato: 4%

GELATERIA

- Adeguato: 62%
- Inadeguato: 38%

INTENZIONE DI RIPETERE L'ACQUISTO

E naturalmente questo modo di vedere le cose si riflette pure sull'intenzione di ripetere l'acquisto da parte di chi ne ha scritto in rete. Il dato, infatti, è così ripartito:

- BAR: 91%
- GELATERIA: 78%

COSA PIACE E COSA NO

img4093Vediamo ora i principali pro e contro scritti liberamente in rete da privati consumatori: viene ritenuto più sicuro per quanto riguarda l'igiene il gelato industriale acquistato al Bar nel 54% dei casi, anche se un 18% lamenta che sulla confezione monodose non sia riportata la data di scadenza che invece compare solo sulla confezione che contiene le monodosi. Di contro il gelato artigianale è ritenuto "più sano" nel 76% dei casi, in quanto non contiene conservanti, emulsionanti, stabilizzanti, coloranti, oli vegetali, olio di cocco, lecitina di soia, burro di cacao, gliceridi di acidi grassi, alginato di sodio, farina di semi, latte in polvere, uova in polvere, latte scremato reidratato ecc. Da segnalare un 23% di mood lasciati da chi gradisce gelati vegani, senza zucchero, senza glutine. L'ambiente web maggiormente utilizzato è rappresentato dai Blog e Forum (78%); nei Social sono scritti il restante 22% di pareri. Ricordiamo che nei Social Media un tema è dibattuto in maniera generalista, mentre le opinioni lasciate in ambiti dedicati sono maggiormente approfondite e pertinenti. Di gelato consumato presso i bar e le gelaterie se ne scrive in rete maggiormente in ambienti dove il dibattito è sentito. Sono ascrivibili agli influencer il 29% dei pareri rinvenuti. Ricordiamo che con influencer indichiamo quegli internauti ritenuti dagli altri fonte attendibile di informazione, quei naviganti che "fanno proseliti", che raccolgono consensi. Ricordiamo inoltre che la media nazionale di influencer nel web domestico nel 2015 è stata circa il 25%. La percentuale degli influencer è sopra la media, ciò conferma la maggior presenza di mood rinvenuti in Blog e Forum. Questo il profilo socio demografico dei netsurfer nazionali che digitano spontaneamente nella rete domestica pareri e opinioni sul gelato consumato nei bar a confronto con quello di coloro che ne scrivono sulla base di un'esperienza/intenzione di consumo in gelateria:

BAR GELATERIA sesso 52% donne 58% donne fascia di età 18-37 anni 54% 18-37 anni 42% 38-49 anni 29% 38-49 anni 39% dai 50 in su 17% dai 50 in su 19% formazione culturale medio elevata medio elevata

CONCLUSIONI IN PILLOLE

- Decisamente più elevata la talkability riguardante il gelato sfuso, artigianale consumato presso le gelaterie.

- Per quanto riguarda il packaging per il gelato consumato al bar il preferito è il cornetto, mentre per il gelato acquistato in gelateria le preferenze confermano il consumo comodamente seduti al tavolo.
- Il piacere è il principale driver di acquisto presso entrambi i punti vendita anche se più elevato per quanto riguarda le gelaterie.
- Da sottolineare come il consumo in gelateria rappresenti un momento conviviale e quello al bar in alcuni casi sostituisca il panino a pranzo o merenda.
- La stagionalità è marcata, maggiormente presso i bar.
- La soddisfazione è buona per i bar, ottima per le gelaterie.
- Ovviamente il prezzo delle gelaterie è considerato più caro, ma attenzione, nonostante il gelato delle gelaterie sia giudicato migliore non sempre ciò giustifica il prezzo elevato e questo ha una ricaduta anche sull'intenzione di ripetere l'acquisto.
- Il gelato, specialità tutta italiana, si connota come prodotto diverso se consumato al bar o in gelateria ed in entrambi i casi risponde e soddisfa precise e differenti richieste da parte dei consumatori.

WWW.WEB-RESEARCH.IT Srl è un istituto di ricerche di mercato e consulenze di marketing che offre servizi rivolti ad aziende e multinazionali presenti nel mercato domestico. Ha portato tra i primi in Italia una nuova metodologia di ricerche ed analisi di mercato: Web listening – Web research – Web monitoring. Utilizzando software di intelligenza artificiale che emulano il funzionamento delle reti neurali effettua un'analisi semantica e psicometrica dei testi presenti nel Web attribuendo loro personalità e punteggi. www.web-research.it ascolta il Web per scoprire, analizzare, razionalizzare cosa i clienti reali e potenziali pensano e dicono oggi e indietro nel tempo fino agli ultimi tre anni. È il partner ideale di aziende, marchi, prodotti, servizi e personaggi pubblici con esposizione mediatica significativa.

www.web-research.it - Tel. 02.89367297 - Fax 02.89367298 - P.zza Castello 26 - 20121 Milano
info@web-research.it - gianmarco.stefanini@web-research.it

Gelato, un'opportunità da sfruttare