Italiani cauti e risparmiosi

In occasione dell'Assemblea dell'Associazione delle Industrie dei Beni di Consumo, è stato presentato uno spaccato sul clima generale del Paese e sulla propensione ai consumi delle famiglie. La ricerca aveva l'obiettivo di fornire spunti e strategie per le Industrie di Marca, ma alcuni aspetti ci sono sembrati particolarmente interessanti anche per il Canale Horeca.

Atteggiamenti
in tempo di crisi

Innanzitutto Nando Pagnoncelli, Presidente di Ipsos che ha presentato la ricerca, ha segnalato che l'aspettativa del campione è per una buona fetta ancora di crisi per i prossimi anni. Questa opinione è strettamente collegata alla valutazione della situazione dell'Italia rispetto ad altri Paesi Europei. Francesi e tedeschi sono molto più fiduciosi su una ripresa più veloce.

La conseguenza è facilmente comprensibile e impatta sui consumi. Come vediamo nella tavola a fianco, le scelte sono molto oculate, ci si vuole concedere "qualche sfizio", ma sempre tenendo conto che bisogna risparmiare, aumentare il proprio reddito: in sostanza la spesa "deve valere". Per il 47% degli intervistati la situazione non tornerà ai livelli precedenti la crisi, quindi c'è una maggior cautela su ogni acquisto. E questo atteggiamento si suppone durerà nel tempo.

I consumi in bar, pizzerie
e ristoranti

Nello specifico della nostra Categoria la tavola a fianco è purtroppo molto chiara. I consumi nel Fuori Casa sono proprio la prima voce "da tagliare" perché appunto trattasi di una scelta in parte voluttuaria. è evidente che i prodotti alimentari e le bevande per il consumo domestico possono essere ridotte ma non abolite. Le spese per scuola e salute sono addirittura aumentate. La logica è quindi quella di penalizzare lo svago. E la conferma arriva dal 2° posto della voce "vacanza". Questi risultati devono far riflettere sulla qualità dell'offerta che bisogna mantenere per non perdere clientela