Frequentare bar e ristoranti resta una delle priorità degli italiani

20230329183156shutterstock-1569225142-523ecc46

CGA by NielsenIQ, società di consulenza per la misurazione, l'analisi e la ricerca nel settore On Premise, analizza come l'attuale contesto socio-economico, **segnato dall'inflazione e da un consistente incremento del costo della vita, stia modificando il comportamento degli italiani nel consumo fuori casa.**

Stando agli ultimi dati di OPUS (On Premise User Study), l'indagine periodica sui consumatori di CGA by NIQ, **quasi due persone su tre** (62%) hanno riscontrato un **aumento significativo delle proprie spese**, mentre più della metà (52%) dichiara di spendere di più, rispetto a prima, per mangiare e bere fuori casa. In questa situazione di crisi e di **crollo del potere d'acquisto dei consumatori,** più di un terzo di loro (34%) riconosce di aver ridotto il consumo di pasti o bevande in loco rispetto a tre mesi fa.

Spesa, frequenza, priorità e qualità della consumazione in loco
L'analisi OPUS di CGA by NIQ evidenzia tuttavia che **la metà degli italiani non ha intenzione di modificare le proprie abitudini di consumo fuori casa**. Il 36% degli intervistati, infatti, manterrà lo stesso budget nei prossimi tre mesi, il 35% pensa di spendere di più per mangiare e bere fuori, mentre un gruppo abbastanza ristretto di persone (16%) prevede di uscire più spesso di prima.

Frequentare bar e ristoranti per il 52% dei rispondenti è considerato un piacere alla propria portata. Inoltre il 31% dei consumatori italiani ammette che, in caso di riduzione della propria disponibilità economica, rimarrebbe una priorità assoluta, più importante di altre come l'acquisto di abbigliamento (28%) e le vacanze (21%). Secondo i dati dell'indagine OPUS, ci sono poi alcune importanti differenze di comportamento in base all'età e alla collocazione geografica. Generalmente nel Bel Paese i giovani adulti nelle aree urbane sono la categoria che intende frequentare bar e ristoranti più spesso, a differenza degli over 55.

Un altro trend emerso dalla ricerca OPUS di CGA by NielsenIQ riguarda il **rapporto tra frequenza di consumo fuori casa e la rispettiva spesa**. In questo caso giocano un ruolo chiave la qualità e il prezzo; infatti, nonostante l'aumento dei costi, ben oltre la metà dei consumatori (57%) afferma di essere ancora **disposto a pagare di più per un drink di qualità migliore.**