Colazione al bar, il gusto (veloce) della routine

img2020-74426264

Per abitudine. E per guadagnare tempo. Sono queste due delle ragioni principali che, stando ai risultati della nostra indagine, spingono gli italiani a fare colazione al bar. Ma vediamo in ordine cosa è emerso dall'analisi delle opinioni dei consumatori (1.857.536) rinvenute su blog e social. Il primo dato macroscopico che img2027emerge riguarda la territorialità: il caffè/cappuccino, ma anche le brioche (o altro) sono chiamati e preparati in differenti modi secondo usi e costumi locali.

LA SCELTA DEL LOCALE

Ma come viene selezionato il bar in cui consumare il primo pasto (e quello più importante a detta dei nutrizionisti) della giornata? Queste le motivazioni (pareri multipli):

- Comodità del bar (logistica) **82%**
- Servizio veloce **57%**
- Prezzo **53%**
- Qualità del Caffè **47%**
- Qualità delle brioches (o altro) **43%**
- Marca del Caffè **41%**
- Macchina del Caffè **27%**
- Ambiente del bar **8%**
- Altro **5%**

PERCHÉ FUORI CASA?

Cosa spinge gli italiani a fare colazione al bar? Ecco le principali motivazioni (sempre pareri multipli). Come si vede l'elenco è abbastanza articolato:

- Risparmio di tempo **73%**
- Caffè preparato diversamente rispetto a casa **72%**

- Abitudine **66%**
- Socializzare **57%**
- Pausa **55%**
- Lettura quotidiani **41%**
- Altro **12%**

img2033Va precisato che nel 76% dei casi la prima colazione al bar segue un caffè/cappuccino bevuto in casa; nel 29% le “tappe” al bar per un caffè/cappuccio sono due o più durante la mattinata. Si consuma la prima colazione al bar maggiormente nei giorni feriali (76%). L’abitudine di effettuare la prima colazione al bar è comunque in calo, quasi il 10% dei netsurfer nazionali che ne scrive in rete afferma di avere smesso o di essere intenzionato a smettere questa consuetudine a causa della crisi economica.

UNA HIT PARADE DELLE SCELTE

La classifica delle ordinazioni è la seguente (abbiamo accorpato il più possibile le specialità regionali, ad es. nell’item brioche abbiamo inserito anche i “bomboloni” i krapfen ecc., non abbiamo fatto distinzione tra brioche dolci, salate, vegane, con marmellata, cioccolata ecc.)

- Caffè **90%**
- Cappuccino **52%**
- Brioche **50%**
- Decaffeinato **42%**
- Corretto **30%**
- Spremuta **28%**
- Orzo **14%**
- Succo / nettare **13%**
- Ginseng **12%**
- Latte **10%**
- Marocchino **9%**
- Americano **5%**
- Altro **4%**

I pareri (multipli) intercettati sono ripartiti in base alla provenienza dagli ambienti web come segue:

- Social **59%**
- Blog e Forum **41%**

Ricordiamo che le opinioni lasciate in ambiti dedicati quali blog e forum, sono maggiormente approfondite e pertinenti di quelle provenienti da social. Sicuramente l'argomento "prima colazione" non è trattato con passione nel web domestico. La ripartizione delle opinioni in base alla tipologia di netsurfer è la seguente:

- Influencer: **13%**
- Naviganti: **87%**

La media nazionale di influencer nel web domestico nel 2015 è stata circa il 25%; nel caso della prima colazione consumata al bar gli influencer sono praticamente la metà.

CONSUMATORE AL BAR: IL PROFILO TIPOimg2038

Da un punto di vista socio demografico i consumatori che scrivono spontaneamente nella rete nazionale riguardo la prima colazione effettuata al bar, si connotano con chiarezza. Emerge infatti che la maggioranza è composta da uomini (53%), di età compresa tra i 35 ed i 45 anni (44%) e di cultura media (55%). Sono maggiori i pareri digitati da Nord (46%), seguono quelli provenienti da Sud e Isole (28%), ultimi quelli digitati dal Centro (26%). Le tipologie di insediamento da cui si digita per lasciare pareri e opinioni sulla prima colazione effettuata al bar sono: aree metropolitane 35%, aree urbane 33%, aree suburbane 25%, piccoli insediamenti 7%.

CONCLUSIONI

img2049La prima colazione effettuata al bar sembrerebbe essere più che altro un'abitudine, una commodity; al primo posto tra le motivazioni di scelta di consumare la prima colazione al bar c'è il risparmio di tempo; le qualità di caffè e brioches vengono menzionate come quarto e quinto item nei motivi di scelta del bar, marca del caffè e macchina del caffè sono al sesto e settimo posto. Circa il 10% dei naviganti che ne ha scritto è sempre meno affezionato a questa abitudine o sta per abbandonarla a causa della crisi economica. E questo succede anche se il prezzo è solo al terzo posto tra i motivi di scelta del bar. Un'ultima osservazione che merita di essere tenuta da conto: sembrerebbe che l'offerta di prima colazione da parte dei bar sia estremamente appiattita, livellata. Chi riuscisse a differenziarsi, dunque, ne trarrebbe sicuramente beneficio.

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

Colazione, il mattino al bar si tinge di rosa