

# Italiani cauti e risparmiatori

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