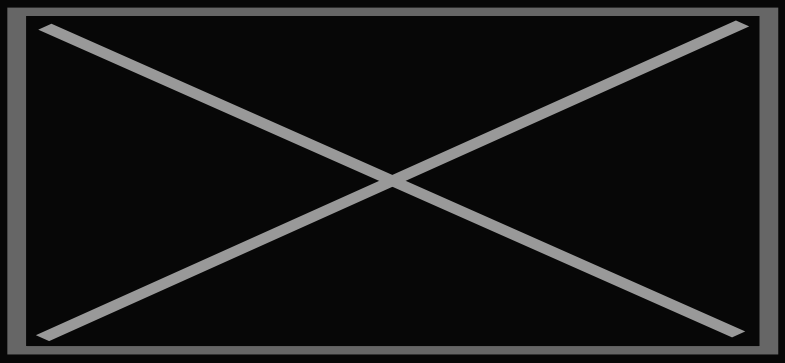
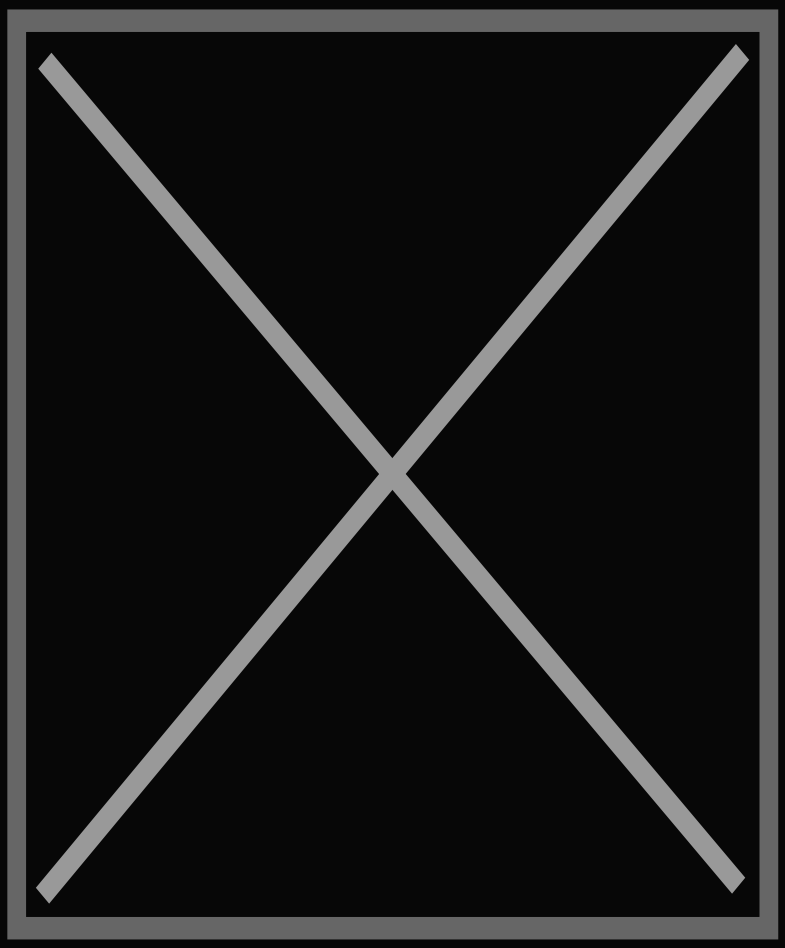
Pasticceria: tempi e luoghi di consumo

tempo-e-luogo-per-dolce-17-5f0e6f42

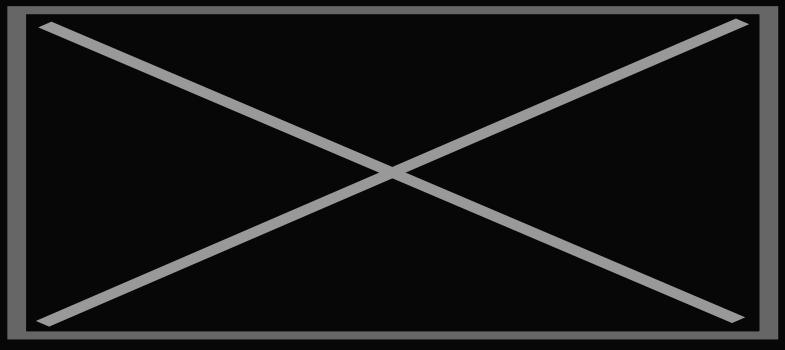
C’è chi li produce in proprio artigianalmente e chi, semplicemente, li vende. Il risultato è comunque lo stesso: gli italiani apprezzano i prodotti di pasticceria. Ed è inevitabile perché un dolcetto che stemperi le tensioni quotidiane, ogni tanto (o anche speso) ci vuole. E di piccola pasticceria si parla anche in rete: specialmente a Nord e al Centro della nostra penisola (sommando le due aree si arriva all’84% del totale) e tra i netsurfer compresi tra i 18 e i 40 anni, che rappresentano il 70% del campione. I locali più gettonati sono quasi esclusivamente Pasticceria e Bar, più la prima che il secondo.



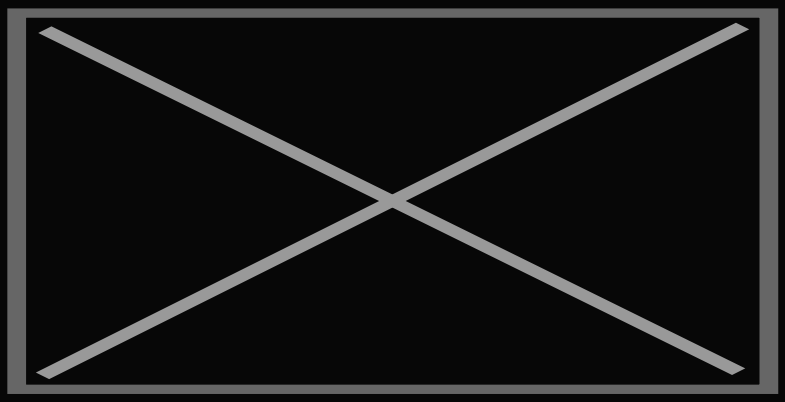
Quanto alla tipologia di prodotti acquistati, vediamo che se il consumo presso la Pasticceria è molto più vario e ampio, quello presso il Bar si concentra invece su brioches, cornetti, krapfen, bomboloni e croissant (vuoti o ripieni di marmellata, crema, cioccolata, uvette, integrali, vegane, zuccherate, salate, senza glutine) e paste definite “secche”. **Vediamo ora quali sono le occasioni di consumo** più diffuse in Pasticceria e quando invece si consumano prodotti di piccola pasticceria al bar (pareri multipli). Il primo dato che emerge è che la prima colazione è il momento di maggior consumo in entrambe le tipologie di locale, mentre la Pasticceria fa registrare medie più elevate rispetto al Bar a pranzo e all’aperitivo, ma non al mattino.



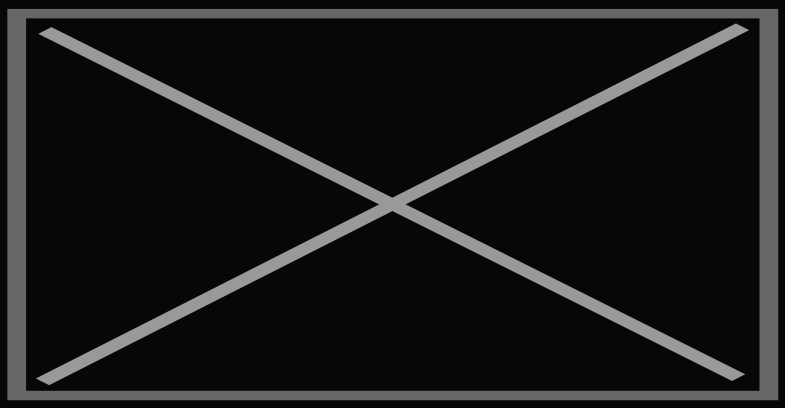
Ma quali argomenti trattano nel web domestico i netsurfer riguardo alla piccola pasticceria consumata nel canale Ho.Re.Ca.? La qualità della piccola pasticceria è decisamente l'argomento maggiormente trattato; sorprende che il prezzo sia ultimo tra gli argomenti maggiormente dibattuti.Ciascuno dei tre argomenti è maggiormente dibattuto per quanto riguarda la Pasticceria; con passaggio ardito possiamo affermare che l'aspettativa per la Pasticceria è superiore a quella per il Bar.



E in tema di soddisfazione delle aspettative cosa dice il web? Emerge che i soddisfatti della qualità dei prodotti consumati in Pasticceria sono l'84%, al Bar scendono al 69%.



Molto spesso si sceglie il locale anche in base al tipo e alla qualità della “piccola pasticceria” proposta: ma una volta effettuata questa selezione, quanti sono poi realmente soddisfatti? Le percentuali sono incoraggianti: i soddisfatti della Pasticceria scelta in base all’offerta sono il 78%, quelli del Bar il 64%.



Vediamo ora la soddisfazione riguardo il prezzo, che comunque è solo terzo tra gli argomenti maggiormente dibattuti. I soddisfatti del prezzo della piccola pasticceria consumata / acquistata in Pasticceria sono il 54%, al Bar si riconosce un prezzo più congruo, 67%.

Metodologia della ricerca

Abbiamo intercettato 1.115.211 mood nel web domestico, nei 12 mesi compresi tra il 1° Giugno 2017 ed il 31 Maggio 2018. Gli ambienti web maggiormente utilizzati sono i Social Media (77%), in Blog e Forum troviamo il restante 23% di opinioni. È ascrivibile agli influencer solo il 9% dei pareri rinvenuti.

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.

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