# Consumi fuoricasa: il risparmio è servito

img3105-c238454b

Non c’è tregua per i consumi del fuoricasa. Se i dati sull’economia complessiva lasciano intravedere qualche segnale di ripresa, quelli relativi al canale dei bar e dei ristoranti segnano ancora il passo. A rilevare la poco incoraggiante tendenza è una ricerca condotta da mUp research per conto del comparatore online Facile.it nel corso dello scorso mese di febbraio, da cui emerge come proprio l’horeca rappresenti una delle voci più colpite dalla contrazione di spesa imposta dalla crisi agli italiani. “Tra le spese voluttuarie, che per loro natura rappresentano le prime ad essere tagliate in caso di necessità – spiega Stefano Carlin, managing partner di mUp research –, quella relativa all’out of home è stata senza dubbio tra le più penalizzate. E la conferma viene dai numeri: il 67% degli intervistati ha affermato di avere ridotto il budget destinato a pranzare o cenare nei propri locali preferiti. Una percentuale davvero importante che segna, peraltro, un deciso aumento rispetto a cinque anni fa, quando il valore si era fermato al 57%. Facendo quindi una proiezione sull’intera popolazione italiana, possiamo stimare che ben 15,7 milioni di persone abbiano limitato negli ultimi mesi i pasti fuori casa”.

**CHI MANCA ALL’APPELLO**

Ma chi sono questi consumatori “parsimoniosi”, pronti a rinunciare almeno in parte alle gioie del buon cibo e della convivialità in nome del risparmio? Si tratta – dice la ricerca – per lo più di donne (54,5%), residenti al Sud e nelle Isole (36,6%), e in centri urbani sia grandi (il 38,6% abita in città con oltre 100.000 abitanti) sia medi (il 24,6% risiede in città con oltre 30.000 abitanti). Quanto invece all’età, ad essere più toccate dal fenomeno sono le fasce centrali, quelle cioè comprese tra i 25 e i 34 anni (24,6%) e tra i 35 e i 44 anni (25,5%). La contrazione di spesa ha infatti impattato in misura minore sui giovanissimi (15,2%) e sulle persone più mature (17,7% per la fascia tra i 45 e i 55 anni; 17% per gli over 55enni). Se, infine, si considera il profilo socio-professionale, si distingue una netta prevalenza di occupati (69,4%) e coniugati (60,2%), che fanno spesso parte di famiglie numerose, composte da 4 o più componenti (39,8%).

**IL WEB E LE PROMOZIONI**

In questo scenario, va però detto che non sempre la riduzione dei budget riservata all'out of home corrisponde a un minore numero di uscite. Dallo studio emerge infatti che una parte consistente del campione è riuscito a risparmiare utilizzando offerte sul web e rivolgendosi ai comparatori online (62,8%) oppure sfruttando particolari o promosse attraverso la leva dei volantini (46,9%).

**TENDENZA GLOBALE**

La contrazione di spesa riscontrata nei consumi horeca non rappresenta tuttavia un fenomeno isolato, ma si inserisce in una più ampia tendenza che ha portato nel 2015 ben 24 milioni di italiani a ridurre le spese rispetto al 2014. Lo scorso anno, infatti – rivela sempre la survey – i nostri connazionali hanno ottenuto un risparmio medio pari 625 euro pro capite, raggiunto riducendo tanto le voci obbligatorie – tra cui spiccano le assicurazioni per l'auto, i contratti telefonici e i controlli medici –, quanto le voci accessorie. E tra queste si deve segnalare anche quella relativa a viaggi e vacanze, dove si registra una forte tendenza ad adottare formule low cost, che oggi convincono 1 italiano su 4.

**LA METODOLOGIA**

mUp Research ha condotto 1.402 interviste online a individui adulti di età superiore ai 18 anni. Il campione intervistato è rappresentativo della popolazione italiana adulta per sesso, età, area geografica, ampiezza del Comune di residenza. Le interviste sono state condotte online tramite somministrazione di un questionario strutturato via Cawi, corso del mese di febbraio 2016.