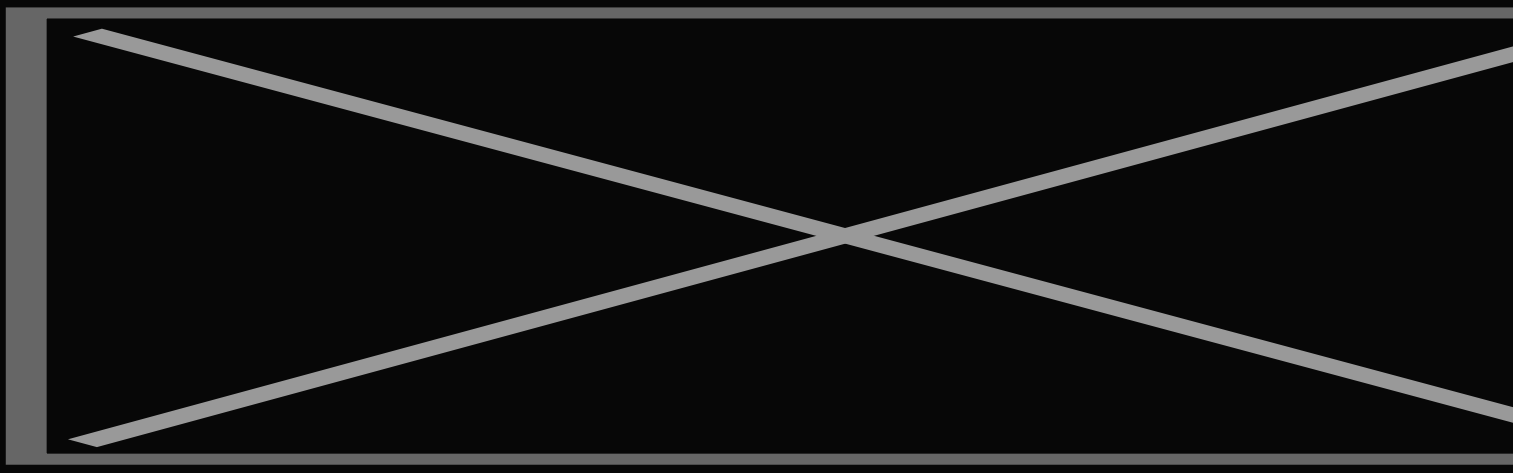
Aperitivo, vanno forte i cocktail analcolici

drink-19202-640-09a6d61d

Parlando di aperitivo AFH, l’analisi di TradeLab tratteggia il profilo del consumatore tipo, che per il 40% è un weekly consumer, prevalentemente di sesso maschile (55%). L’età media si attesta sui 41 anni, ma è netta la prevalenza dei Millennials (44%) a fronte del 38% della Gen X e del 18% dei Baby Boomers. Pochi gli studenti (9%), parliamo essenzialmente di consumatori occupati (75%). Ma quali sono i motivi principali che spingono a consumare l’aperitivo fuori casa? Il fattore “relax” ha la meglio su tutte le altre motivazioni, seguito dalla “gratificazione” dei sensi (che per la Gen X svolge un ruolo più significativo), terzo posto alla “ritualità”: l’aperitivo vissuto, cioè, come momento capace di scandire la settimana (specialmente per i Millennials).



Quali sono gli aspetti principali che portano ad optare per un locale piuttosto che per un altro? “Qualità/servizio” occupa il posto più elevato sul podio, l’argento va alla “convenienza”; bronzo infine per “l’offerta food”. Quanto alle tipologie di prodotti più richieste, in assoluto i preferiti sono i cocktail analcolici, seguiti a ruota dai fratelli “più strong” (quelli alcolici), terzo posto per la birra alla spina; subito dopo spumante e prosecco. Naturalmente ogni età ha il suo drink preferito: se infatti i Baby Boomers prediligono il cocktail analcolico e il prosecco, la birra alla spina è più amata dai young Millennial (18- 24 anni). Una curiosità, infine, a livello geografico. Mentre i cocktail analcolici “spopolano” al Sud (a Palermo si registra ben il 47%) è invece il centro Italia, con Firenze, l’area “fedelissima” ai cocktail alcolici: 49%. Spumante e prosecco, infine, sono i più apprezzati nel

bolognese.

Aperitivo e dopocena: “riti” all'insegna dell'originalità

Dopocena, per fare un pieno di energia