



# REPORT

## Indagine di mercato

# Obiettivi della ricerca



→ Interesse per il concept

→ Interesse per l'offerta gastronomica

→ Profilo dei potenziali clienti

Questionario somministrato attraverso Google form



# Aspettative iniziali

Modello ipotetico di

## Target

Studente universitario  
(22-23 anni)  
Attento alla qualità del cibo  
Introverso e in cerca di input  
per socializzare  
Budget medio-basso



## Gradimento atteso

Elevato apprezzamento al  
mix cibo-gioco  
Forte bisogno di ristabilire  
legami sociali post-Covid



## Punti di forza

Inclusività alimentare  
(offerte plant based e gluten  
free)  
Format informale per  
rompere il ghiaccio tra  
sconosciuti



## Criticità

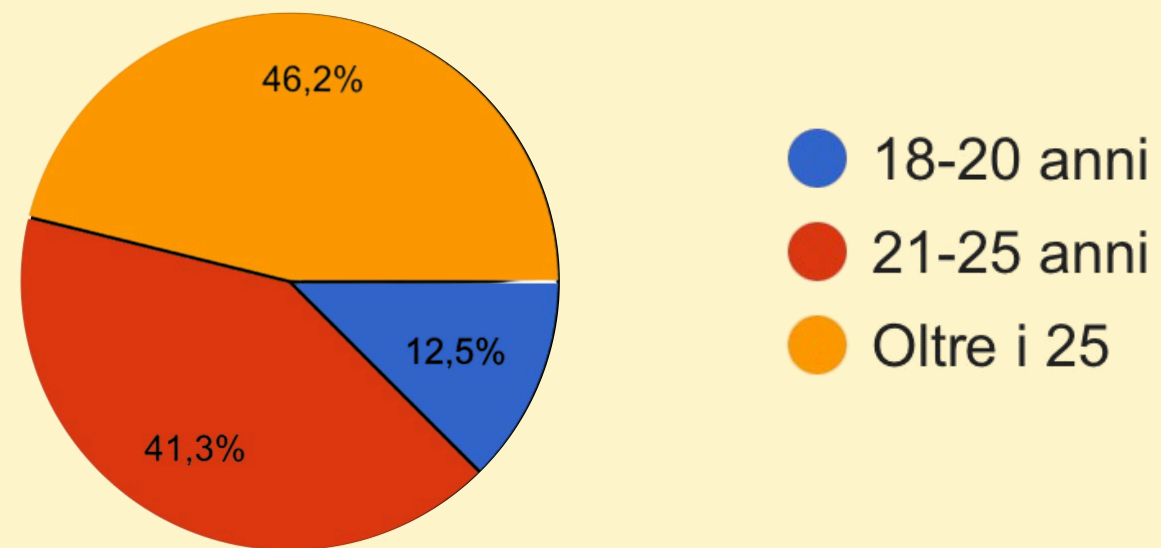
Possibile resistenza da  
parte di profili timidi e  
riservati



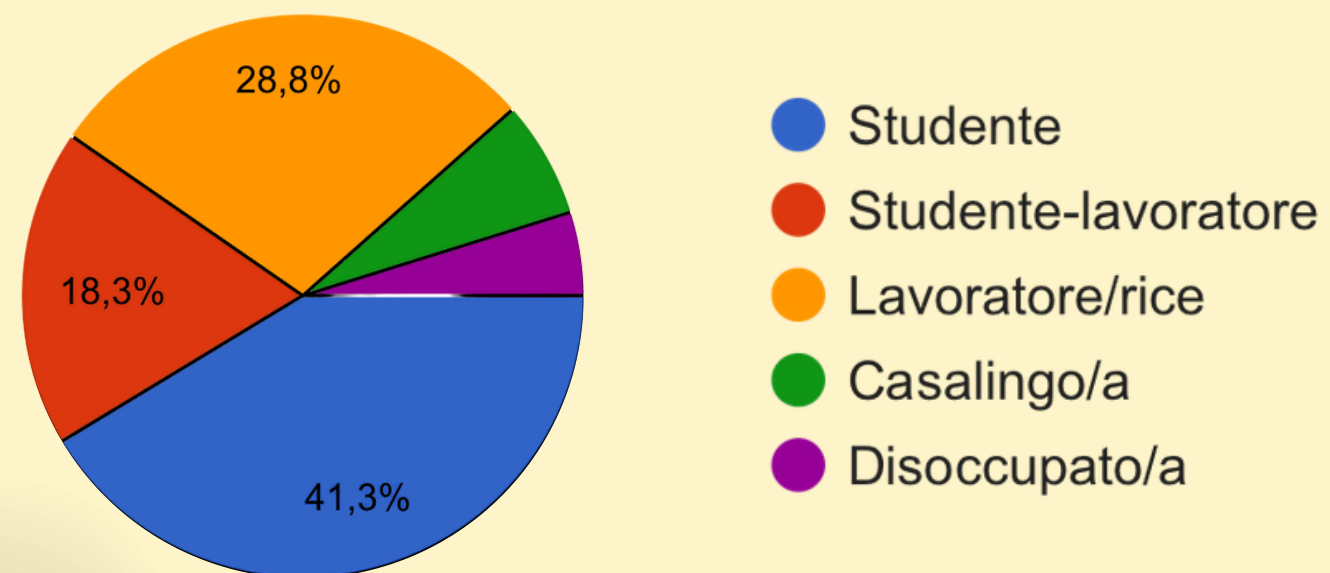


## Età e occupazione degli intervistati

Qual è il tuo range di età?



A quale categoria appartieni?



# Risultati

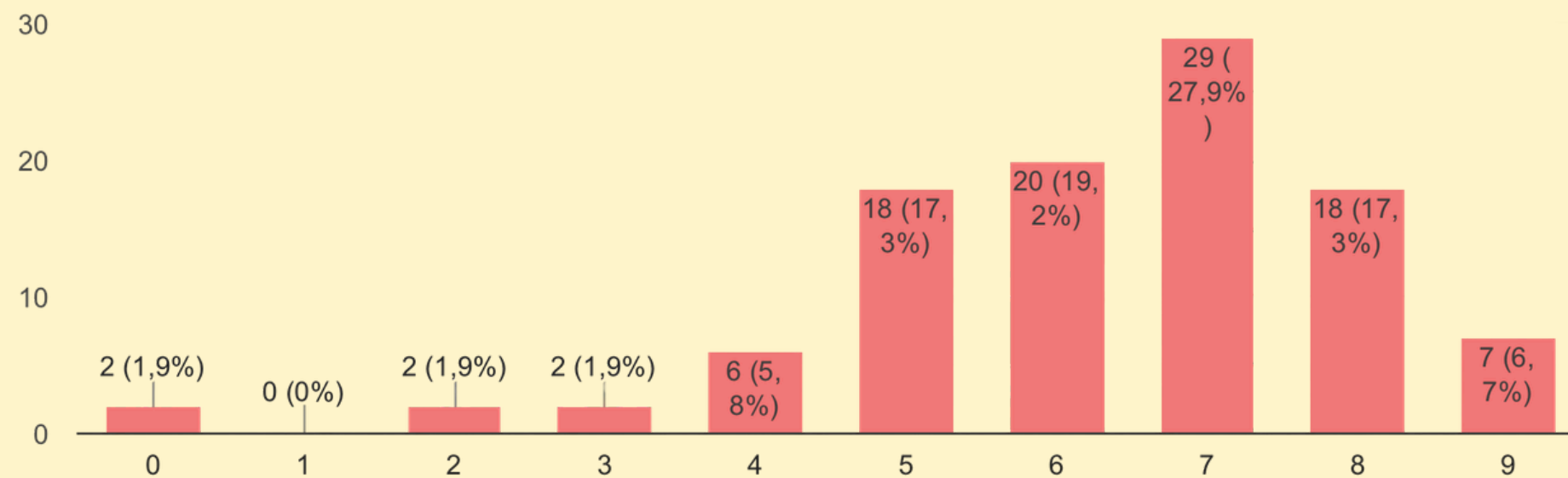
Sezione socio-demografica

L'indagine di mercato è stata condotta su un campione di **104** individui, appartenenti prevalentemente alle seguenti categorie:  
**Studenti 18-25 anni**  
**Studenti lavoratori 20-50 anni**  
**Lavoratori 30-50 anni**

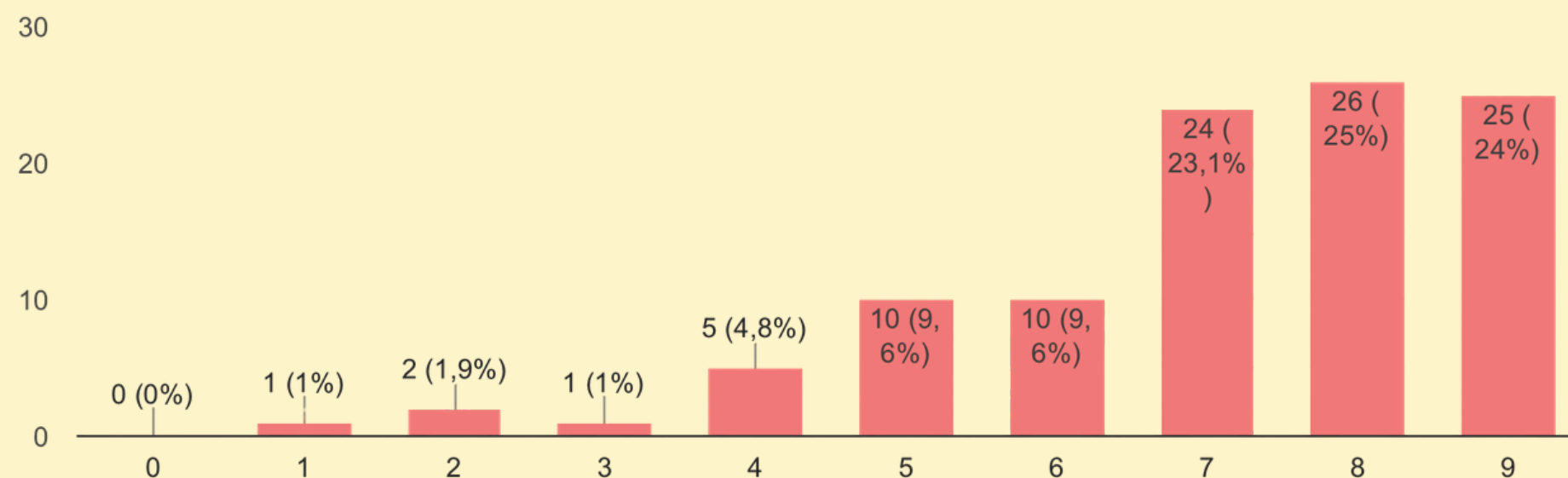


## Disponibilità all'interazione

Quanto ti senti disposto/a ad uscire dalla tua **comfort zone**?



Quanto ti consideri aperto/a a **conoscere nuove persone**?



# Risultati

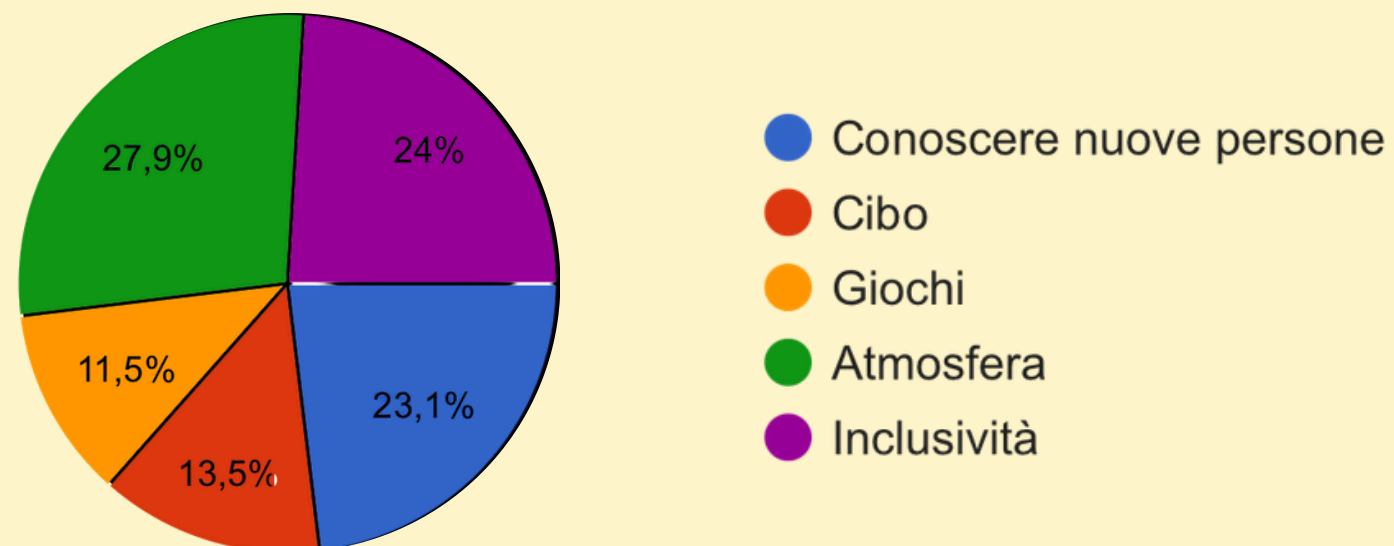
Sezione interpersonale

Dall'indagine è emerso che i soggetti intervistati sono molto **propensi** ad uscire dalla propria **comfort zone** e conoscere **nuove persone...**

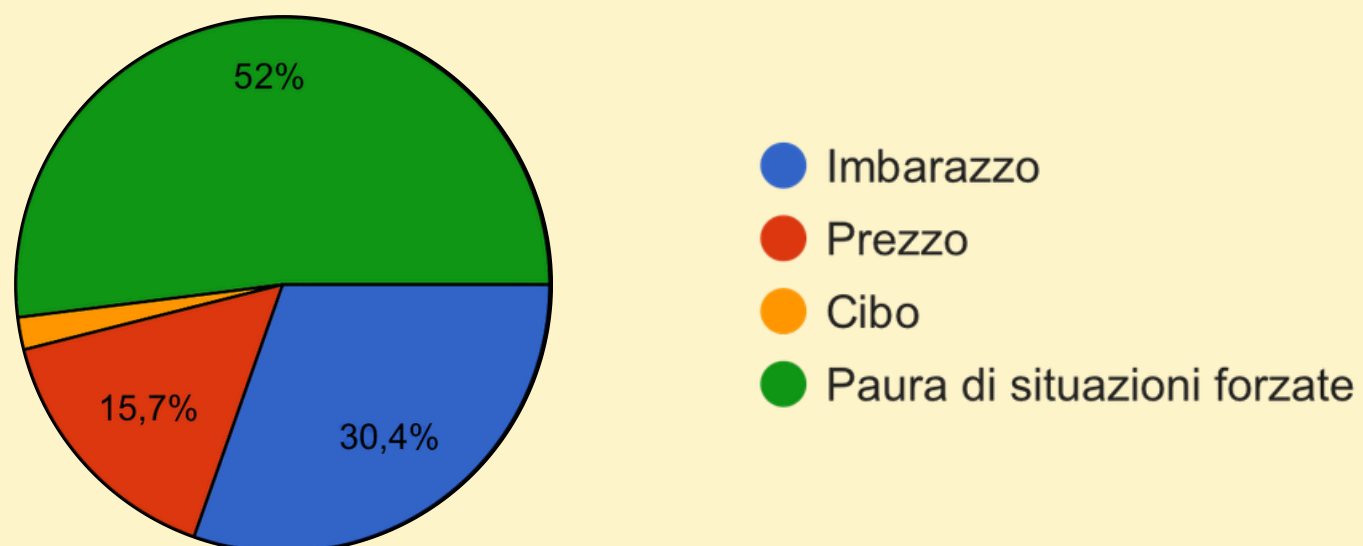


## Cosa attira e cosa frena

Cosa ti attira maggiormente di Socialbite?



Cosa, invece, ti frenerebbe?



... sono attratti dalla possibilità di **conoscere nuove persone**, dall'**atmosfera** di SocialBite e dall'**inclusività**.

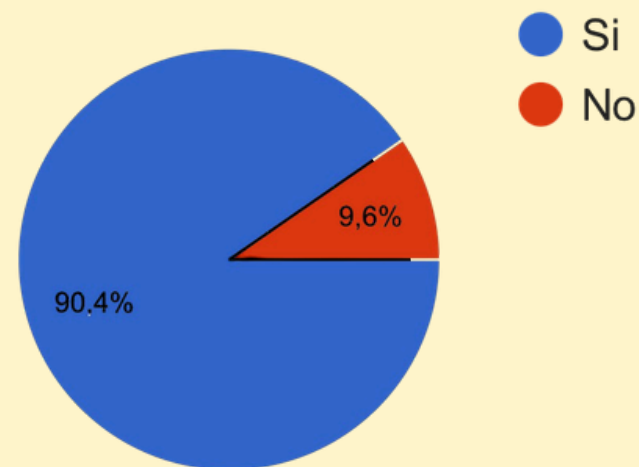
Tuttavia dimostrano timore verso potenziali **situazioni forzate e imbarazzi**





## Cosa ne pensano gli intervistati?

Secondo te, la nostra proposta potrebbe aiutare a creare delle amicizie vere, che durino anche al di fuori della singola serata?



Sul campione intervistato, il **90,4 %** crede che SocialBite sia un ottimo **input** per **instaurare nuove relazioni**

Sì, perché condividere un'esperienza significativa crea un legame emotivo più forte della semplice chiacchiera, spingendo a volersi rivedere.

Condividere questo tipo di esperienza, in uno spazio in cui le persone sentono di poter essere se stesse, potrebbe creare dei legami autentici, dunque terreno fertile per un'amicizia duratura

È un posto dove poter fare amicizia e penso che si possano incontrare persone interessanti ed anche culturalmente e socialmente diverse e ciò implicherebbe un arricchimento della mia persona

Perché crea occasioni reali di interazione: giochi quiz fanno collaborare e parlare anche tra sconosciuti, trasformando una serata in un'esperienza condivisa da cui possono nascere amicizie vere.

Una serata giochi ben riuscita spesso crea un "appuntamento implicito" per rifarlo. Ed è proprio la ripetizione nel tempo che trasforma una conoscenza in amicizia vera.

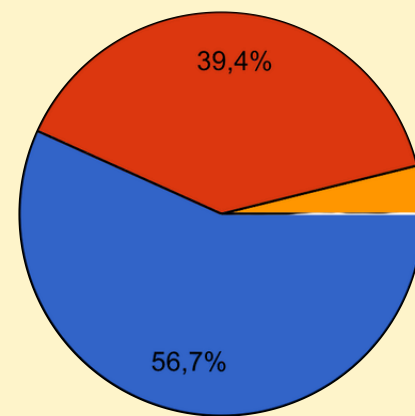
A differenza di un normale locale dove i gruppi restano chiusi nelle proprie "bolle", questo format crea un terreno fertile per connessioni che possono, poi, approfondirsi fuori dal contesto della singola serata

Se si è stati bene perché no? ;)



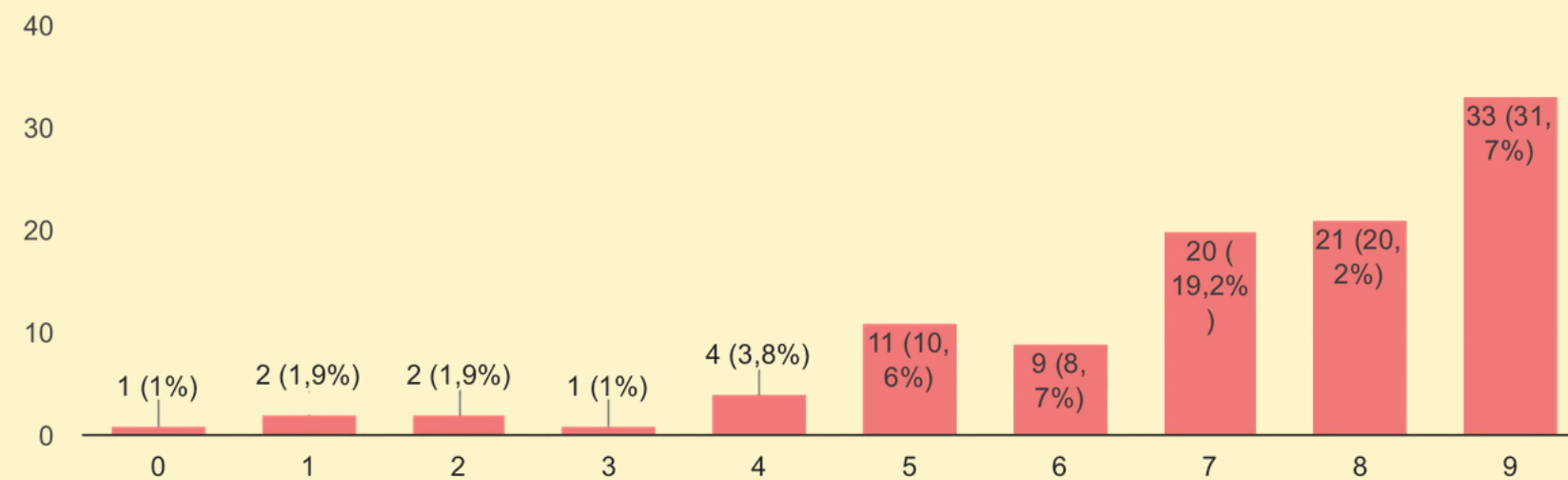
## Apertura a provare piatti e prodotti nuovi

Saresti disposto a provare piatti e prodotti di altre regioni?



- Si, mangio tutto!
- Si, ma dipende dal piatto/prodotto
- Si, ma preferisco piatti e prodotti che già conosco
- No, sono troppo legato/a alla tradizione
- No, odio provare cose nuove

Quanto saresti propenso/a a provare tali alternative?



# Risultati

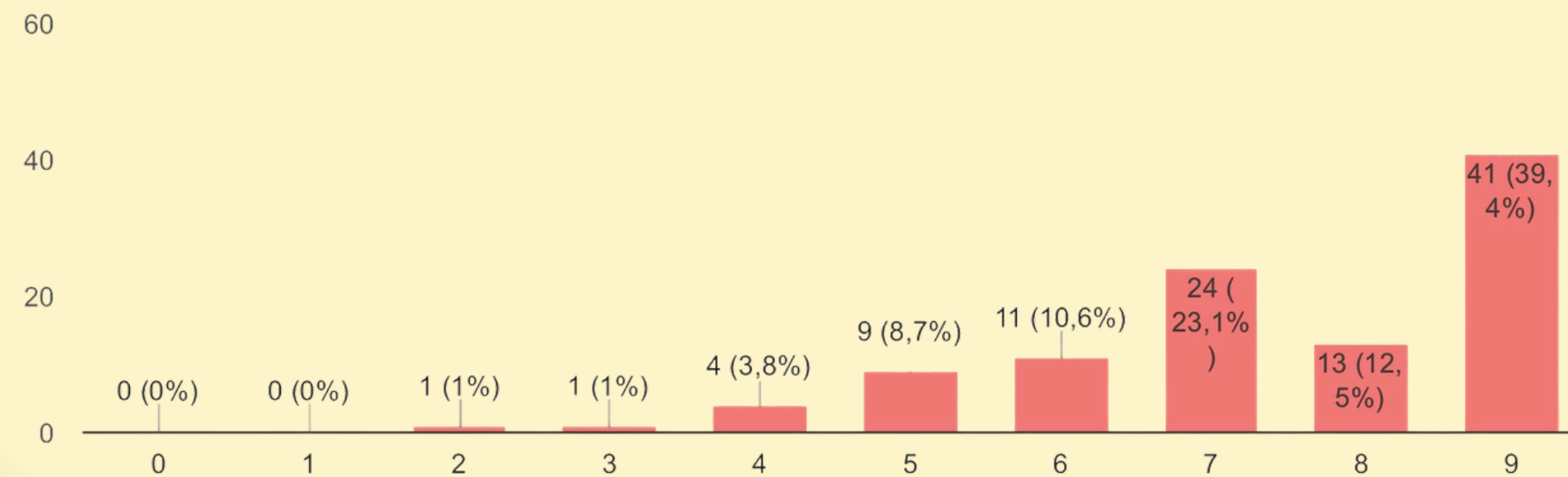
Sezione gastronomica

Gli intervistati sono propensi a **provare** piatti e prodotti di **altre regioni** e si dimostrano aperti a provare anche prodotti **vegani e gluten free**, sebbene non appartenenti alla propria dieta



## La qualità

Secondo te, quanto è importante l'utilizzo di prodotti certificati (es. Mozzarella di bufala Campana DOP, pomodoro di San Marzano DOP, ecc)?



Inoltre, dimostrano un grande interesse per la **qualità** e, quindi, per i **prodotti certificati**.



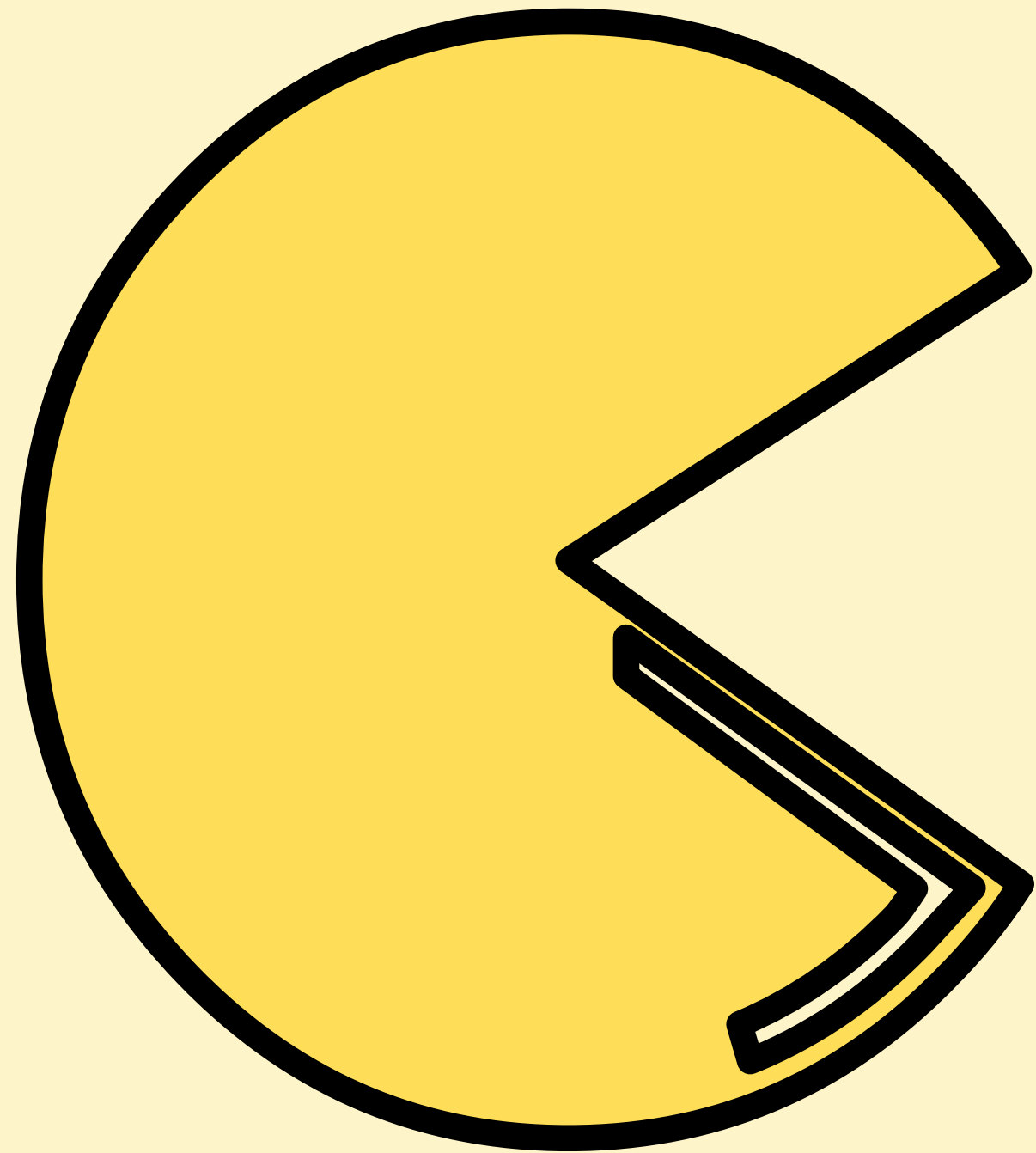
# Conclusioni



L'indagine di mercato evidenzia una risposta complessivamente positiva verso Social Bite, confermando l'interesse per un format che unisce aperitivo napoletano, inclusività gastronomica e socializzazione. Il concept risulta particolarmente attrattivo per giovani studenti, ma mostra potenziale anche verso un pubblico più adulto.

Tra i principali punti di forza emergono l'originalità dell'esperienza, l'offerta food inclusiva e la possibilità di creare connessioni sociali autentiche. Le principali criticità riguardano, invece, il timore di interazioni forzate.

In conclusione, Social Bite presenta un buon potenziale di mercato, a patto che riesca a proporre un'esperienza coinvolgente ma spontanea, capace di trasformare la socializzazione in un valore naturale e non imposto.



---

THANK YOU



SocialBite

---