

# Approfondimenti

Milano, 15 ottobre 2013

## **L'ITALIA DA BERE (E DA MANGIARE) FIPE RACCONTA I CONSUMI ALIMENTARI FUORI CASA DELLO STIVALE**

### **Abstract della ricerca "P.E. 24h/La Cas@fuoricasa" a cura dell'Ufficio Studi Fipe**

Gli italiani continuano ad essere amanti della buona tavola. Nonostante tutto e nonostante la crisi, che, a dispetto delle dichiarazioni sui "ristoranti pieni" si fa comunque sentire. Ma quanto hanno speso gli italiani nell'ultimo anno tra bar, locali, ristoranti e pubblici esercizi? Preferiscono uscire per colazione o durante la pausa pranzo? Qual è il profilo del consumatore tipo? I prezzi del cappuccino o della pausa pranzo sono uguali da Aosta a Catanzaro? Fipe ci svela tutti questi interrogativi in una ricerca ad hoc in cui racconta per filo e per segno il "fuoricasa" del popolo italico da Nord a Sud.

### **Italia, terzo paese europeo per i consumi fuori casa 2012 con 73 miliardi di euro**

Nel 2012 gli italiani hanno speso tra bar e ristoranti il 35% dell'intera spesa alimentare, contro la media europea che si attesta sul 32%. Dopo Spagna e Gran Bretagna l'Italia è il Paese europeo in cui maggiore è l'incidenza dei consumi alimentari fuori casa sul totale della spesa alimentare.

Per quanto riguarda la spesa procapite, l'italiano spende in ristorazione circa 1.200 euro l'anno: il 32% in più dei francesi e il 53% in più dei tedeschi. Una cifra che porta lo Stivale al terzo posto in Europa, nonostante una crisi che non ha risparmiato il settore, nonostante avventate dichiarazioni sul tema "ristoranti pieni": nel 2012 il settore ha infatti perso consumi per 1,2 miliardi di euro, e nel 2013 si attende un calo di un ulteriore punto percentuale.

### **Bar e ristoranti: quanti ce ne sono in Italia?**

Il settore della ristorazione si caratterizza da sempre per la ricchezza del panorama imprenditoriale, con un quadro 2012 che vede più di 100mila ristoranti e pizzerie e 172mila bar. Senza dimenticare 27mila esercizi take away, e migliaia di ristoranti in luoghi non convenzionali (ad esempio circoli sportivi o culturali) oppure all'interno di alberghi e stabilimenti balneari.

### **Bar, la classifica delle regioni: Lombardia al primo posto per numero di esercizi**

A livello regionale la Lombardia è la regione italiana con la presenza maggiore di bar, ben 30mila, pari al 17% del totale. Altrettanto significativa è la diffusione dei bar in Veneto, Lazio e Campania. A fronte di un indice di densità medio di 2,8 bar per mille abitanti vanno poi segnalati i valori di Valle d'Aosta (4,6), Liguria (4,4) e Sardegna (3,8). Regioni che hanno favorito l'insediamento dei bar in modo più che proporzionale al numero di abitanti residenti.

Regione	Valori assoluti	Valori %	Indice di densità (bar*1000 ab.)
Piemonte	13.572	7,9	3,0
Valle d'Aosta	596	0,3	4,6
Lombardia	29.958	17,4	3,0
Trentino	3.492	2,0	3,4
Veneto	15.572	9,0	3,2
Friuli V. Giulia	4.245	2,5	3,4
Liguria	7.153	4,1	4,4
Emilia Romagna	13.586	7,9	3,1
Toscana	10.661	6,2	2,8
Umbria	2.376	1,4	2,6
Marche	4.172	2,4	2,7
Lazio	16.548	9,6	2,9
Abruzzo	3.893	2,3	2,9
Molise	982	0,6	3,1
Campania	14.989	8,7	2,6
Puglia	9.169	5,3	2,2
Basilicata	1.574	0,9	2,7
Calabria	4.818	2,8	2,4
Sicilia	8.768	5,1	1,7
Sardegna	6.448	3,7	3,8
<b>Italia</b>	<b>172.572</b>	<b>100,0</b>	<b>2,8</b>

Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati Infocamere

Ma possiamo ora ad analizzare i trend di consumo lungo lo Stivale attraverso i vari momenti della giornata. Da mattina a sera, tante e diverse sono le occasioni del consumatore italiano di frequentare il "fuoricasa", come sarà ben evidenziato nel ricco programma di eventi che Fipe porterà a Host nei prossimi giorni con uno stand che ripercorre proprio i vari momenti della giornata.

### **La colazione: 1,5 miliardi di consumazioni annue per 3,9 miliardi di euro**

1,5 miliardi di consumazioni all'anno tra caffè, brioche e cappuccini: gli italiani eleggono il bar quale luogo preferito per fare colazione. Al netto della componente straniera sono infatti almeno 17 milioni le persone a cui, più o meno frequentemente, capita di fare colazione in uno dei 172mila bar sparsi tra città, stazioni ferroviarie, aeroporti o lungo la rete autostradale. Per l'87% gli italiani scelgono la colazione al bar, segue la distribuzione automatica e infine una percentuale esigua riguarda la ristorazione veloce, che, almeno per il primo pasto della giornata, sembra non fare più di tanto presa sul pubblico.

Con uno scontrino medio di 2,60 euro la colazione al bar genera un volume d'affari di 3,9 miliardi di euro, pari al 21% del valore complessivo delle vendite del canale.

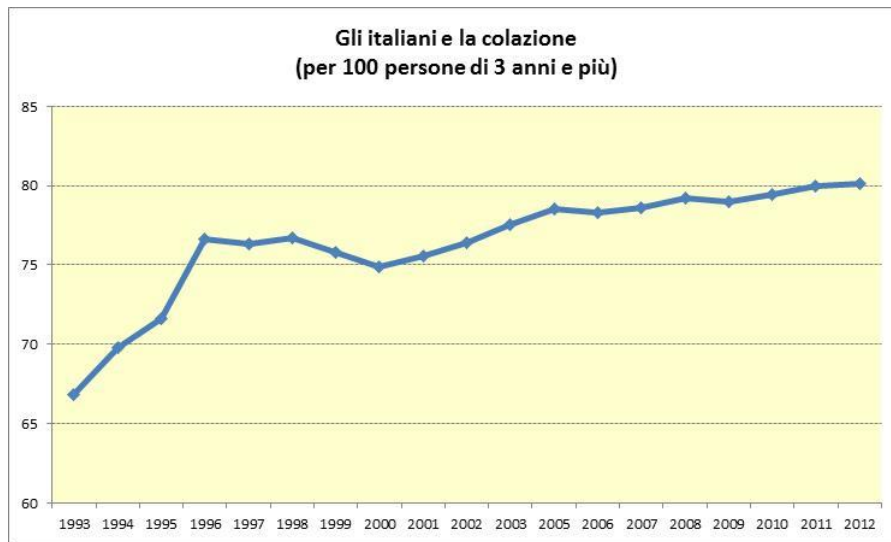
### ***Brioche e cappuccino, i più amati dagli italiani***

Brioche o cornetto, più cappuccino o caffè: ecco la combinazione ideale di chi sceglie la colazione al bar. Il target di riferimento: età tra i 25 e i 44 anni, un diploma di scuola media superiore, generalmente lavoratore dipendente. Proprio per questo motivo, in conseguenza

della contrazione dei livelli di occupazione, anche la colazione fuori casa ha risentito della crisi degli ultimi anni.

Parlando di gusti in fatto di breakfast, cresce a poco a poco la variante "salutista", con la scelta di spremute, succhi di frutta, yogurt e cibi salati.

**Tuttavia, nonostante numeri in crescita, ancora pochi italiani fanno una colazione più sostanziosa, in media solo il 46,5% degli italiani. Risulta preoccupante il comportamento di molti adolescenti, che tendono a saltare quello che è considerato dai nutrizionisti il pasto più importante della giornata.**



Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati Istat

### ***Caffè e cappuccino: città che vai, prezzo che trovi***

In media il prezzo di una tazzina di caffè è di 0,94 euro, mentre il cappuccino si attesta su 1,26 euro. In termini generali nell'ultimo anno la dinamica dei prezzi della caffetteria si è mantenuta costantemente e ampiamente al di sotto dell'inflazione generale.

Entrando però nei dettagli, le differenze di prezzo tra regione e regione, tra città e città, sono, in alcuni casi, significative e rispecchiano il gap di reddito, di propensione al consumo e di struttura dei costi d'impresa.

I caffè più cari si pagano generalmente in Emilia Romagna, in particolare a Ravenna (1,08 euro), Ferrara (1,07 euro), Bologna (1,04 euro, lo stesso valore di Bolzano), Forlì e Modena (1,02 euro). Le tazzine più cheap si consumano invece tra Bari (0,77 euro), Reggio Calabria (0,77 euro) e Cagliari (0,83 euro).

Differenze si riscontrano anche nelle principali città: da 0,97 euro di Milano passiamo infatti allo 0,84 di Roma e Napoli, mentre Torino tocca quota 1,02 euro.

## Il prezzo della tazzina di caffè al bar (maggio 2013)

Capoluogo di provincia	euro	Capoluogo di provincia	euro
Alessandria	1,00	Novara	0,95
Ancona	0,92	Padova	1,00
Aosta	0,99	Palermo	0,88
Arezzo	0,94	Parma	0,99
Ascoli Piceno	0,88	Perugia	0,91
Bari	0,77	Piacenza	1,00
Belluno	1,00	Pisa	0,99
Bergamo	1,00	Pistoia	0,94
Bologna	1,04	Pordenone	1,00
Bolzano	1,04	Ravenna	1,08
Brescia	0,97	Reggio Calabria	0,77
Cagliari	0,83	Rimini	1,02
Como	0,97	Roma	0,84
Cremona	1,02	Rovigo	1,00
Cuneo	0,99	Terni	0,90
Ferrara	1,07	Torino	1,02
Firenze	1,00	Trento	1,04
Forlì	1,02	Treviso	0,97
Genova	0,96	Trieste	0,98
Gorizia	1,00	Udine	1,00
Grosseto	0,87	Varese	0,98
l'Aquila	0,90	Venezia	0,99
Lecco	0,99	Verbania - Cuneo - Ossola	1,00
Lodi	1,00	Vercelli	1,00
Milano	0,97	Verona	0,98
Modena	1,02	Vicenza	1,00
Napoli	0,84		

Stesso discorso vale per il cappuccino, che passa dall'1,03 euro di Roma all'1,56 di Bolzano. Significativamente alte le cifre anche tra Veneto e Friuli Venezia Giulia: a Trieste un cappuccino costa 1,48 euro, a Verona 1,42, a Pordenone 1,41 euro (contro ad esempio l'1,27 euro di Milano).

Dato curioso, a Palermo il cappuccino costa in proporzione molto più del caffè: 0,88 euro per un caffè contro ben 1,46 euro per un cappuccino.

## Prezzo medio del cappuccino (maggio 2013)

Capoluogo di provincia	euro	Capoluogo di provincia	euro
Alessandria	1,26	Novara	1,22
Ancona	1,30	Padova	1,26
Aosta	1,28	Palermo	1,46
Arezzo	1,14	Parma	1,38
Ascoli Piceno	1,11	Perugia	1,10
Bari	1,16	Pescara	1,24
Belluno	1,40	Piacenza	1,33
Bergamo	1,37	Pisa	1,22
Bologna	1,38	Pistoia	1,17
Bolzano	1,56	Pordenone	1,41
Brescia	1,24	Ravenna	1,38
Cagliari	1,02	Reggio Calabria	1,29
Campobasso	1,35	Reggio nell'Emilia	1,30
Como	1,28	Rimini	1,34
Cremona	1,40	Roma	1,03
Cuneo	1,20	Rovigo	1,30
Ferrara	1,37	Sassari	1,19
Firenze	1,22	Siracusa	1,34
Forlì	1,33	Terni	1,12
Genova	1,19	Torino	1,34
Gorizia	1,36	Trento	1,38
Grosseto	1,15	Treviso	1,31
L'Aquila	1,12	Trieste	1,48
Lecco	1,38	Udine	1,42
Livorno	1,23	Varese	1,30
Lodi	1,34	Venezia	1,28
Mantova	1,33	Verbania - Cusio - Ossola	1,31
Milano	1,27	Vercelli	1,26
Modena	1,34	Verona	1,42
Napoli	1,23	Vicenza	1,33

Fonte: osservatorio prezzi

## Il coffee break, una scelta irrinunciabile

Il bar resta la meta prediletta dagli italiani anche per la pausa di metà mattina (e metà pomeriggio). 18 i milioni di italiani che optano per il break, con il 40% delle occasioni di consumo e uno scontrino medio di 2,95 euro, valore più alto rispetto alla colazione.

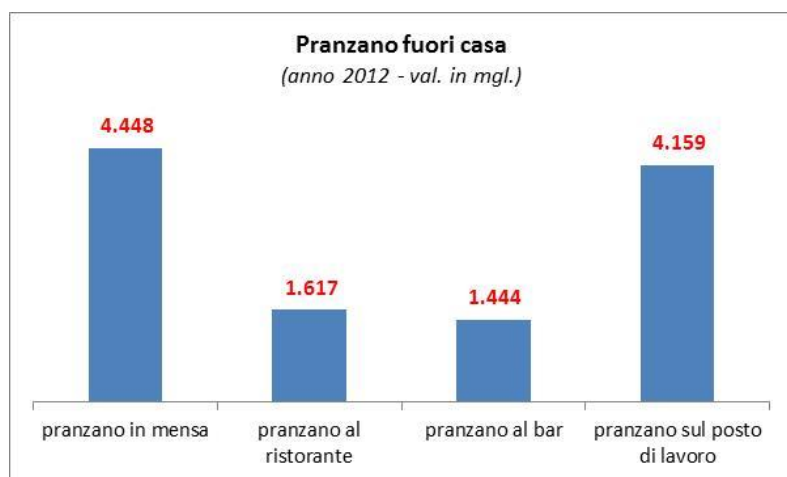
Cosa scelgono i consumatori per lo spuntino? Bevande calde e fredde, snack dolci e salati come ad esempio gelati e pizze.

## **Pausa pranzo, croce e delizia. Gli italiani la scelgono...in ufficio**

Senza dubbio il pranzo è l'occasione di consumo che maggiormente ha risentito del cambiamento degli stili alimentari. Il consumo di questo pasto tra le mura domestiche decresce progressivamente, passando dall'84,5% degli italiani al 74,3% di oggi. E se venti anni fa per oltre il 78% degli italiani il pranzo era il pasto principale della giornata, oggi questa percentuale è scesa drasticamente di ben dieci punti. Si tratta di cambiamenti lenti ma profondi, che indicano stili alimentari sempre meno tradizionali.

E se prima gli italiani consumavano il pranzo tra le mura domestiche ora lo fanno...tra le mura dell'ufficio. Nel 2012 i 12 milioni di italiani che pranzano fuori casa risultano così ripartiti:

- 4,448 milioni pranzano in mensa
- 1,617 pranzano al ristorante
- 1,444 pranzano al bar
- 4,159 pranzano sul posto di lavoro



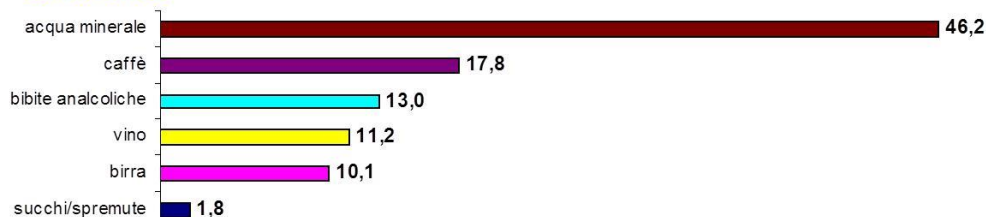
La crisi dunque ha colpito significativamente l'ambito della pausa pranzo: mentre il numero di coloro che consumano il pranzo al bar o al ristorante è sceso, tra il 2008 e il 2012 di 204mila unità, il numero dei lavoratori che consumano il pranzo sul luogo di lavoro è aumentato di 340mila unità.

A fianco di questi dati tuttavia bisogna considerare almeno altri 8 milioni di italiani a cui capita, di tanto in tanto, di consumare un pranzo fuori casa nei giorni feriali. Senza dimenticare chi pranza fuori casa per motivi conviviali, soprattutto al ristorante nel fine settimana, con uno scontrino medio di 24 euro.

### ***Il panino, un evergreen***

Nonostante i ripetuti allarmi di dietologi e nutrizionisti acqua minerale e panino restano la combinazione preferita degli italiani in pausa pranzo. A seguire pizza, primi piatti e insalate. Scelte piuttosto semplici a fronte di un'offerta molto articolata, tra bar, ristoranti, pizzerie take away o con servizio al tavolo, pizzerie al taglio, distributori automatici, gelaterie, chioschi o negozi di vicinato.

## Le bevande



## Il cibo



Fonte: indagine Ismea

### ***I prezzi: da Arezzo a Lecco, anche il panino non è "democratico"***

Lo scontrino medio del pranzo fuori casa può essere calcolato in circa 7,40 euro, che moltiplicato per i circa 2 miliardi di pasti dà un fatturato di 14,7 miliardi di euro.

Tuttavia, come già avvenuto per caffè e cappuccino, le variazioni di prezzo per un panino sono notevoli considerando i diversi capoluoghi di provincia italiani. In questo caso, tuttavia, occorre considerare che il confronto non è immediato come per il caffè e cappuccino perché i panini non sono dappertutto uguali.

Qualche esempio: da 1,65 euro di Arezzo, o dall'1,88 euro di Ferrara (città con uno dei caffè più cari come evidenziato in precedenza), si passa ai 4,11 euro di Lecco, ai 3,89 euro di Bergamo, ai 3,55 euro di Aosta.

Per quanto riguarda le principali città: Milano è la metropoli più cara con 3,64 euro, mentre Roma si attesta su 2,80 euro e Napoli su 2,57 euro.

## Prezzo medio del panino al bar (maggio 2013)

Capoluogo di provincia	euro	Capoluogo di provincia	euro
Alessandria	2,86	Padova	3,17
Ancona	3,09	Palermo	2,81
Aosta	3,55	Parma	3,07
Arezzo	1,65	Perugia	2,10
Ascoli Piceno	2,45	Pescara	2,44
Bari	2,59	Piacenza	2,84
Belluno	3,08	Pisa	2,17
Bergamo	3,89	Pistoia	1,90
Bologna	2,77	Pordenone	3,63
Bolzano	2,71	Ravenna	2,79
Brescia	3,28	Reggio Calabria	2,66
Cagliari	2,48	Reggio nell'Emilia	3,38
Catania	2,80	Rimini	2,90
Como	2,89	Roma	2,80
Cremona	3,34	Rovigo	3,16
Cuneo	2,64	Sassari	2,50
Ferrara	1,88	Siracusa	2,82
Firenze	2,28	Terni	1,34
Forlì	2,22	Torino	2,89
Genova	3,07	Trento	3,62
Gorizia	2,29	Treviso	3,46
Grosseto	1,96	Trieste	3,28
Lecco	4,11	Udine	3,29
Livorno	2,60	Varese	3,74
Lodi	3,36	Venezia	3,21
Mantova	2,98	Verbania - Cusio - Ossola	3,62
Milano	3,64	Vercelli	3,21
Modena	2,61	Verona	2,23
Napoli	2,57	Vicenza	2,27
Novara	3,49		

Fonte: osservatorio prezzi

## L'aperitivo è 2.0: i trend di consumo visti attraverso i social network

Quali sono le abitudini di consumo dei giovani della cosiddetta generazione Y? Cosa preferiscono bere durante l'happy hour e perché? Per rispondere a queste domande Fipe ha seguito un percorso innovativo ricorrendo al know how di **Viralbeat** che, in collaborazione con il **Centro Studi Etnografia Digitale**, ha analizzato le conversazioni che transitano in rete attraverso i social media Twitter e Instagram.

*La metodologia:*

- Twitter: sono stati scaricati 2.235 tweet in lingua italiana dal 18/03/13 al 25/03/13, seguendo le keyword #aperitivo #happyhour #apericena con e senza hashtag.



- Instagram: sono stati scaricati tutti i dati relativi alle foto contenenti l'hashtag #aperitivo, in tutte le lingue e indipendentemente dall'intervallo temporale. Dal totale di 63.195 foto è stato estratto un campione a scelta ragionata di 2.000 unità.

## **I risultati**

Dallo screening condotto emerge che per i giovani l'aperitivo è anzitutto un momento di relax e divertimento da passare con gli amici in contesti mondani. Durante l'aperitivo si bevono drink in maniera conviviale, cioè mangiando, in un rapporto spesso voluttuoso con il cibo. L'aperitivo è percepito come una tradizione ed un orgoglio italiano; un momento da vivere soprattutto di domenica sera. Tale pratica sembra avere una funzione sociale molto importante per i giovani utenti tanto da dover esser fotografata e dunque fissata, rivissuta e condivisa.

Nelle scelte fotografiche dei consumatori emerge un'implicita richiesta di qualità e di varietà rispetto al cibo. L'aperitivo è diventato una pratica sia di massa che quotidiana: ciò ha portato i consumatori a rendersi conto dell'insostenibilità di un'alimentazione di tipo *binge* e a spingersi verso consumi alimentari più ricercati e differenziati (che vanno dal gusto "genuino" a quello "esotico").

## **Quali sono le bevande più citate?**

Re dell'aperitivo è lo spritz, seguito dal vino, sempre un must. Seguono nell'ordine birra, mojito, prosecco, martini, vodka e margarita.

In generale i drink si attestano come i prodotti più consumati durante l'aperitivo (65%), seguiti da vino (23%) e birra (12%).

Birra non fa rima con aperitivo: sui social viene infatti associata al relax, al pre-pasto e all'atmosfera casalinga, lontana dalla vita mondana dell'happy hour.

## **La classifica delle città dell'aperitivo: Milano e Torino le più mondane**

Milano (30% degli hashtag)

Torino (25%)

Roma (7%)

Firenze (6%)

## **I trend**

Attraverso un'analisi interpretativa combinata delle immagini e dei testi presenti su Instagram, sono stati delineati 3 principali trend di consumo:

- **Aperitivo "ricercato"**: i presupposti sono location sofisticata e cibo raffinato, come ad esempio il sushi;
- **Aperitivo all'italiana**: ricerca del cibo autentico e della genuinità dei prodotti tipici locali;
- **Spritz time**: lo spritz è l'emblema dell'aperitivo, un oggetto liturgico indispensabile per entrare appieno nel rituale dell'aperitivo.

## **Dimmi che aperitivo fai e ti dirò chi sei: i profili evidenziati**

**Fashion&Cool drinker**: appartiene ad una fascia molto giovane e vuole un happy hour mondano, "alla milanese", con la frequentazione di locali di tendenza.

Cosa beve: cocktail, in particolare spritz, gin tonic, vodka, mojito, negroni.

**Radical chic**: predilige location sofisticate, lontano dalla vita frenetica e dalla mondanità, come ad esempio locali di design, food&wine, vernissage.

Cosa beve: vino.

**Social drinker**: considera l'aperitivo come luogo di socializzazione, sia prima della cena come momento amicale da vivere in casa, che per l'aperitivo "alla milanese".

*Cosa beve:* una bottiglia di vino consumata in compagnia tra le mura domestiche; spritz se frequenta i locali.

**Down time lover:** l'aperitivo si consuma in casa o al bar, come momento di relax, dopo il lavoro e in compagnia di una cerchia ristretta di amici.

*Cosa beve (e mangia):* appetizer, patatine, olive, salame, grana; analcolici tipo crodino, un bicchiere di vino, birra e l'immane spritz.

**Tradizionalista:** amante del buon cibo all'italiana e della qualità dei prodotti. Sceglie come location la casa, il bar, la trattoria o l'agriturismo. L'aperitivo viene vissuto come momento pre-pasto, consumando prodotti locali.

*Cosa beve:* vino e birra fresca.

### **La cena fuori casa, per gli italiani una piacevole abitudine nonostante la crisi**

A fronte dei cambiamenti nelle abitudini di consumo, gli italiani mostrano di aver modificato le loro opinioni in fatto di cena. Nel 1993 era infatti considerato il pasto principale della giornata per il 17% della popolazione, mentre oggi lo è per ben il 24%. Percentuali che cambiano significativamente in funzione della fascia d'età e della condizione professionale: per gli occupati la quota sfiora ben il 40%, a dispetto di tutte le raccomandazioni dei nutrizionisti che consigliano pasti serali light per preservare linea e salute.

**A questo proposito va segnalato il trend crescente che interessa i più giovani, che testimonia il fatto che molti ragazzi stanno assumendo dai genitori abitudini alimentari poco corrette.**

Per quanto riguarda il "fuori casa" Fipe evidenzia che 14 milioni di italiani, pari al 28,3% della popolazione maggiorenne, ha cenato almeno una volta fuori casa in mezzo alla settimana nell'ultimo mese. Tre in più lo hanno fatto nei week end.

#### ***Pizzeria o ristorante, questo è il dilemma***

Pizza mon amour anche nei consumi serali fuori casa. Il piatto principe della cucina italiana si conferma di fatto anche il "principe" delle abitudini di consumo. Un italiano su due sceglie infatti la pizzeria. Per il ristorante la proporzione scende invece ad un italiano su quattro: il ristorante viene vissuto maggiormente come occasione speciale in prossimità di compleanni (60%), festività (53,9%), anniversari (48,9%).

Ampio spazio viene dato alle cene in compagnia di familiari, amici, mogli/mariti e fidanzati/e.

La spesa media a persona al ristorante è di 28 euro. Più della metà del campione (56,5%) spende generalmente dai 21 ai 30 euro. Più contenuta la spesa pro capite complessiva (22 euro), per via del peso preponderante del segmento pizzeria.

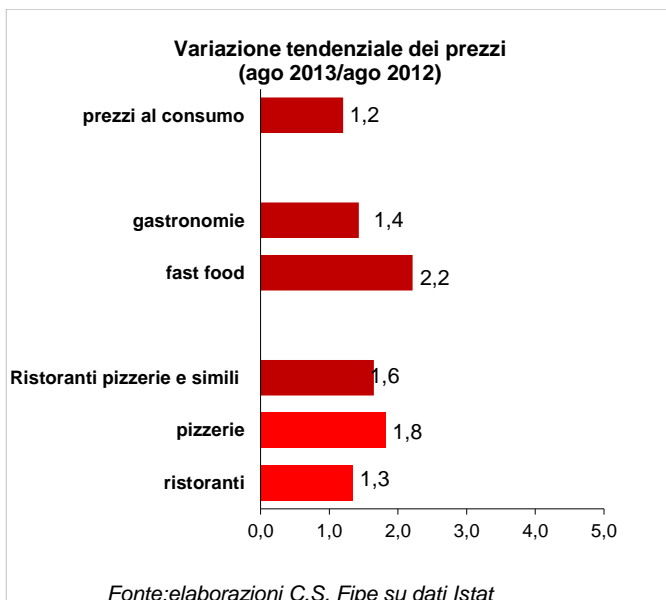
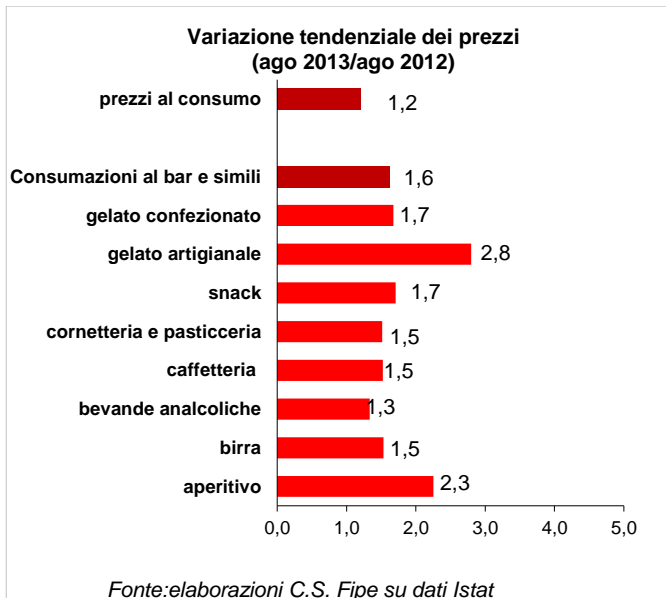
### **Il dopocena: non solo divertimento, ma anche valorizzazione degli spazi urbani**

Sei milioni di persone frequentano almeno una volta alla settimana uno dei 12mila locali serali/notturni della Penisola: in particolare lounge bar, pub, disco bar, disco pub e discoteche. Con una spesa media di 14 euro pro capite viene generato un volume di affari di 3,3 miliardi di euro.

Ma in questo frangente non vale solo la componente economica, quanto la variabile sociale e, soprattutto, di valorizzazione dei centri storici: il 63% degli italiani ritiene infatti importante che in città non manchino luoghi con una certa concentrazione di locali dove mangiare, ballare e divertirsi. Le ragioni: migliorare la qualità della vita e attrarre il turismo.

## Allegati

### La dinamica recente dei prezzi



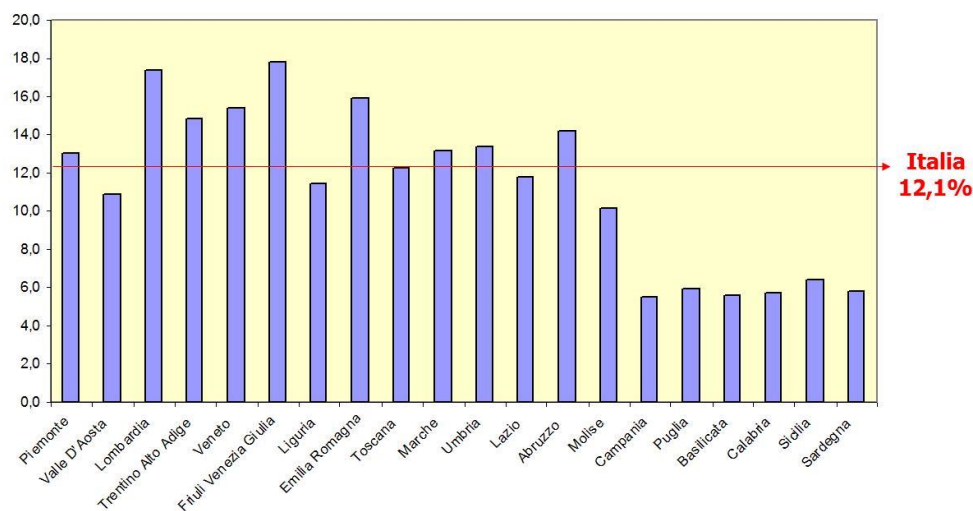
## Nati-mortalità delle imprese

	Iscritte	Cessate *	Saldo
2009	20.518	24.575	-4.057
2010	18.621	24.095	-5.474
2011	15.772	24.629	-8.857
2012	16.333	25.678	-9.345

(\* ) al lordo delle cessate di ufficio

Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati Infocamere

## Il peso dell'impresitoria straniera



Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati Cerved

## In collaborazione con



## Main sponsor



## Partner



## Sponsor tecnici

