

# RISTORAZIONE

## Rapporto Annuale 2016



IMPRESE

Aperture

settore RISTORANTI valore aggiunto chiusure Competitività

Prezzi Consumi CONGIUNTURA Produttività BAR domanda offerta

MENSE & CATERING occupazione consistenza PUBBLICI ESERCIZI

Ufficio Studi



CONFCOMMERIO  
IMPRESE PER L'ITALIA



**RISTORAZIONE**  
**2016**

**Rapporto Annuale**

Il presente Rapporto è stato elaborato con le informazioni disponibili al 31 dicembre 2016

A cura di Luciano Sbraga – *Responsabile Ufficio Studi*

Giulia Romana Erba - *Ufficio studi Fipe*

© 2016 Fipe

# INDICE

INTRODUZIONE E SINTESI DEI RISULTATI.....	7
5.1 La colazione.....	20
5.2 Il pranzo.....	21
5.3 La cena.....	22
1 IL CONTESTO MACROECONOMICO.....	25
1.1 Il quadro macroeconomico.....	27
1.2 Il contesto internazionale.....	29
1.3 I consumi delle famiglie.....	30
Approfondimento 1 I consumi per regione.....	33
1.4 I consumi delle famiglie nella ristorazione.....	36
1.5 La ristorazione italiana nel contesto europeo.....	39
2 LA CONSISTENZA DELLE IMPRESE.....	43
2.1 Il settore complessivo.....	45
2.2 Il comparto bar.....	47
2.3 Il comparto ristorazione.....	49
2.4 Il comparto mense&catering.....	51
2.5 La segmentazione della imprese.....	53
3.1 Il settore complessivo.....	59
3.2 Il comparto bar.....	61
3.3 Il comparto ristorazione.....	64
3.4 Il comparto mense&catering.....	68
3.5 Il periodo gennaio-settembre 2016.....	70
Approfondimento 2 Evoluzione dei pe nei centri storici.....	72
4 LE PERFORMANCE ECONOMICHE.....	75
4.2 La congiuntura secondo l'osservatorio Fipe.....	76
4.1 Il Fatturato delle imprese di ristorazione.....	79
4.3 Il valore aggiunto.....	80
4.4 L'occupazione.....	81
4.4.1 Le unità di lavoro.....	81
4.4.2 L'occupazione dipendente nei pubblici esercizi.....	85
Approfondimento 3 L'uso dei voucher nei pubblici esercizi.....	88
4.5 La produttività.....	91
Approfondimento 4 Le performance delle grandi imprese della ristorazione commerciale.....	94

4.6 La dinamica dei prezzi nei pubblici esercizi .....	97
4.6.1 Il canale bar .....	98
4.6.2 Il canale ristorazione.....	98
4.6.3 Il canale ristorazione collettiva.....	99
Approfondimento 5 Dinamica dei prezzi per regione .....	101
4.6.4 Il livello dei prezzi .....	102
Approfondimento 6 La tazzina dell'espresso al bar in 15 anni di euro.....	106
5 GLI ITALIANI E I CONSUMI ALIMENTARI FUORI CASA indagine Fipe-Format	109
5.1 La colazione .....	112
5.2 Il pranzo .....	114
5.3 La cena.....	117
Nota tecnica.....	121

# **INTRODUZIONE E SINTESI DEI RISULTATI**



Questo rapporto fa il punto sullo stato dei pubblici esercizi in Italia utilizzando le informazioni disponibili al 31 dicembre 2016.

Un obiettivo che viene perseguito analizzando le principali variabili macro di un settore complesso quale è quello della ristorazione senza trascurare, tuttavia, anche alcuni fenomeni micro come, ad esempio, quello relativo alla dinamica dei prezzi di alcuni prodotti di punta del consumo alimentare fuori casa. In tale contesto, anche alla luce del quindicennale dell'introduzione dell'euro, è stata effettuato un approfondimento sull'evoluzione dei prezzi della tazzina di caffè espresso al bar. Domanda ed offerta sono gli spazi che formano il campo dell'indagine con informazioni generalmente tra le più aggiornate ma anche con il ricorso a serie storiche per avere contezza dell'evoluzione dei fenomeni, in particolare di quelli più specificatamente economici.

La prima parte del lavoro è dedicata all'analisi del contesto macroeconomico soprattutto per ciò che riguarda la dinamica dei consumi sia nel complesso dell'economia che nello specifico della ristorazione. Particolare interesse riveste la sezione sull'Europa attraverso cui è possibile seguire il posizionamento dell'Italia nel più vasto panorama europeo dei consumi alimentari fuori casa.

La seconda parte si occupa di osservare, invece, struttura e dinamica imprenditoriale utilizzando gli archivi delle Camere di Commercio. Stock delle imprese, natalità e mortalità sono i principali fenomeni osservati. La forte vocazione territoriale delle imprese di pubblico esercizio ha suggerito di presentare le informazioni almeno a livello regionale.

Nella terza parte ci si è concentrati sulle performance economiche del settore misurando valore aggiunto, occupazione e produttività. L'illustrazione delle dinamiche strutturali di medio-lungo termine si accompagna alla presentazione di valori aggiornati ed al monitoraggio della congiuntura per mezzo dell'osservatorio trimestrale della



Federazione. Ampio spazio viene dato alla dinamica dei prezzi nel corso dell'ultimo anno sia in termini di variazioni che di livello con un approfondimento su base regionale.

Il lavoro si chiude con l'analisi dei comportamenti di consumo fuori casa effettuata per mezzo di un'indagine CATI i cui principali obiettivi sono stati quelli di misurare il livello di accesso al servizio ed i modelli di consumo e di spesa seguendo il consumatore nelle diverse occasioni della giornata, dalla colazione della mattina alla cena.

## **I principali risultati**

La crescita acquisita per il 2016 è pari a +0,9% ma con prospettive a breve di moderata crescita il PIL dell'anno dovrebbe salire dello 0,8% con il contributo determinante della domanda interna ed in particolare della spesa delle famiglie.

Un risultato che mette in evidenza lo stato di perdurante fragilità del quadro economico anche se non vanno trascurati i segnali di consolidamento dell'uscita dalla fase recessiva iniziati già a partire dal 2015.

L'occupazione è salita a ritmi superiori a quelli del prodotto, riflettendo anche gli effetti delle misure adottate dal Governo in tema di decontribuzione e di riforma del mercato del lavoro. Nel secondo trimestre l'occupazione è risultata più alta dell'1,8 per cento rispetto a quella di un anno prima; il tasso di disoccupazione è sceso all'11,5 per cento (dal picco del 12,8 registrato alla fine del 2014) e la disoccupazione giovanile è ulteriormente diminuita. Prosegue la crescita dell'occupazione a tempo indeterminato, seppure a ritmi inferiori rispetto all'anno scorso, in connessione con il ridimensionamento degli sgravi contributivi.

La stima preliminare dei prezzi al consumo nel mese di dicembre dà conto di una dinamica in moderata risalita che tuttavia non consente di riportare l'inflazione in territorio positivo. In media d'anno, nel 2016 i prezzi al consumo registrano una variazione negativa (-0,1%): è dal 1959 (quando la flessione fu pari a -0,4%) che non accadeva. Nei primi mesi del 2017 i prezzi sono previsti in ulteriore crescita soprattutto in relazione al profilo dei prezzi dei beni energetici. L'inflazione di fondo resta però molto bassa, principalmente in connessione con gli ampi margini di capacità produttiva inutilizzata.

\* \* \*

Nel periodo 2007-2015 la caduta dei consumi è stata di oltre 57 miliardi di euro a prezzi costanti, 18 dei quali nel comparto alimentare e circa 27 in quello dei trasporti.

Il settore aggregato degli alberghi e dei ristoranti ha visto crescere la domanda, nello stesso periodo, per poco più di 430 milioni di euro quasi interamente imputabili agli alloggi, la ristorazione infatti ne perde 344.

**Tab. I1 - Variazione dei consumi delle famiglie nel periodo 2015/2007**

(in milioni di euro – valori concatenati con anno di riferimento 2010)

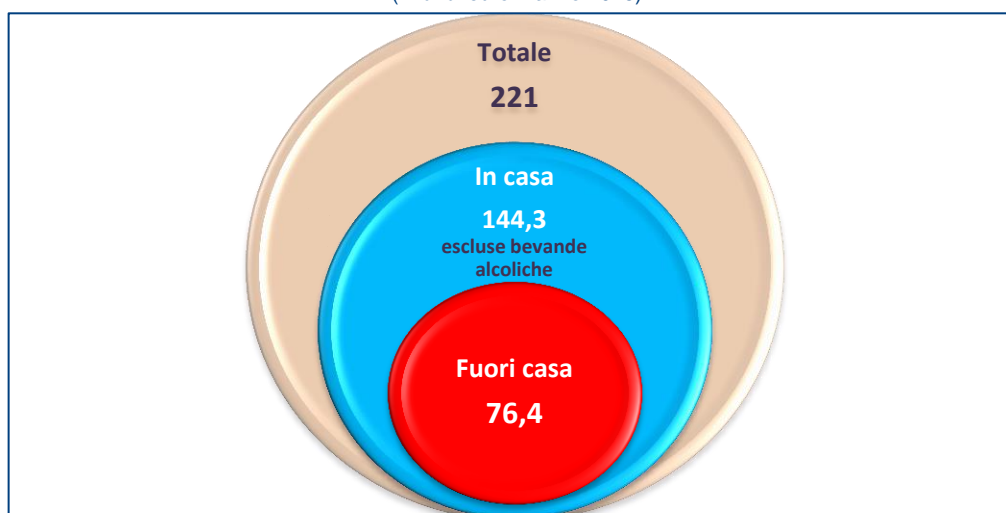
<b>Capitoli di spesa</b>	<b>mln. di euro</b>
alimentari e bevande non alcoliche	-18.367
bevande alcoliche, tabacco, narcotici	-4.696
vestiario e calzature	-3.625
abitazione, acqua, elettricità, gas ed altri combustibili	4.712
mobili, elettrodomestici e manutenzione della casa	-11.427
sanità	-699
trasporti	-26.914
comunicazioni	2.128
ricreazione e cultura	-1.014
istruzione	-589
alberghi e ristoranti	436
- servizi di ristorazione	-344
beni e servizi vari	2.298
<b>Totale</b>	<b>-57.298</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

La dinamica dei consumi indica come, ad eccezione delle spese per comunicazioni, solo le spese per l’abitazione presentino il segno positivo a dimostrazione della sostanziale divergenza tra spese obbligate e spese per beni e servizi di mercato.

La spesa delle famiglie in servizi di ristorazione è stata nel 2015 di 76.401 milioni di euro in valore e di 70.356 milioni in volume con un incremento reale sull’anno precedente pari allo 0,9%.

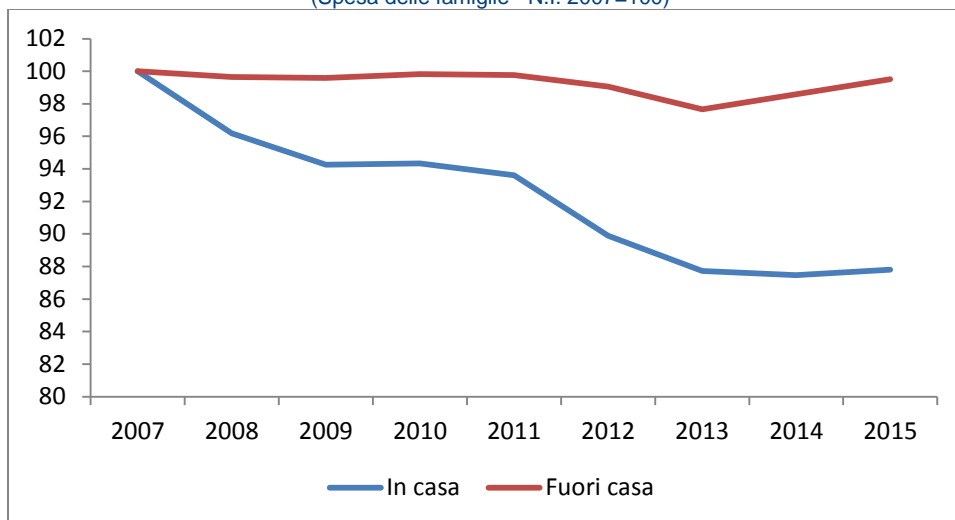
**Fig. I2 - I consumi alimentari delle famiglie**  
(mld. di euro – anno 2015)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

L’impatto della crisi sui consumi alimentari in casa (-12,2% pari ad una flessione di 18,4 miliardi di euro tra il 2007 ed il 2015) ha fatto sì che il peso della ristorazione sul totale dei consumi alimentari guadagnasse qualche posizione smentendo in tal modo l’ipotesi (suggestiva) che vedrebbe un ritorno degli italiani ai consumi in casa a scapito di quelli fuori casa. Il fuori casa vale ormai oltre il 35% del totale dei consumi alimentari delle famiglie con un trend di moderata ma costante crescita. Nello stesso periodo i consumi delle famiglie nei servizi di ristorazione hanno subito una riduzione reale dello 0,5%, pari a 344 milioni di euro.

**Fig. I3 - Alimentari: in casa vs. fuori casa**  
(Spesa delle famiglie - N.I. 2007=100)

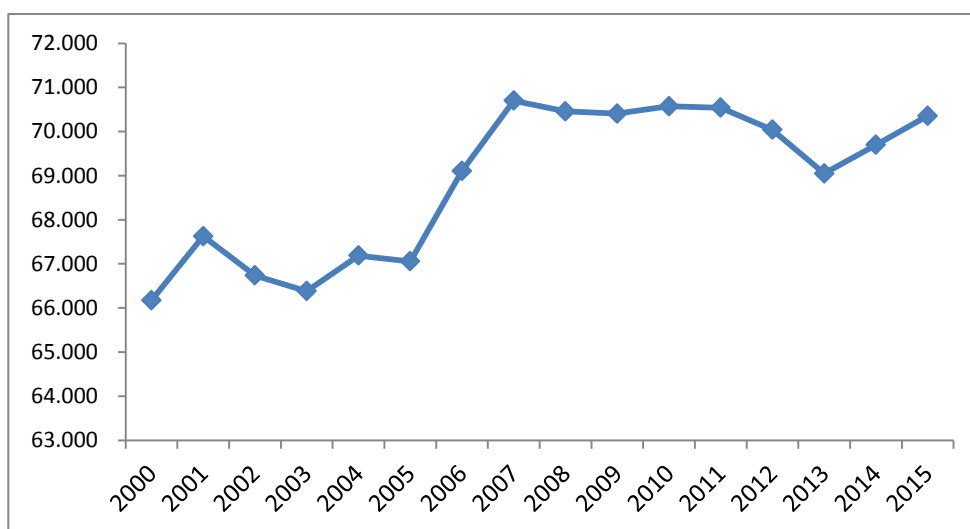


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Nel lungo periodo che va dal 2000 al 2015 il tasso medio annuo di crescita della domanda nella ristorazione è stato di appena lo 0,4% per l'azione combinata della crescita registrata nella prima parte del periodo (2000-2007) e della flessione della seconda fase (2007-2015) quando il tasso medio annuo è stato negativo per un decimo di punto percentuale.

**Fig. I4 - Quanto è costata la crisi**

(consumi delle famiglie nella ristorazione - valori concatenati a.r. 2010 in mln. di euro)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

\* \* \*

I consumi alimentari valgono in Europa 1.541 miliardi di euro per il 64,2% nel canale domestico e per il restante 35,8% nella ristorazione. Ma la variabilità tra Paesi è significativa. Si va da meno del 30% del totale dei consumi alimentari in Germania al 47% nel Regno Unito, al 52% in Spagna e addirittura al 57% in Irlanda. L'Italia è in linea con la media europea.

Dal punto di vista dei valori assoluti l'Italia è il terzo mercato della ristorazione in Europa dopo Regno Unito e Spagna con un valore, come abbiamo visto, di oltre 76 miliardi di euro.

La recessione che ha interessato l'economia mondiale a partire dal 2007-2008 ha avuto un pesante impatto sui consumi, anche sugli alimentari ed in particolare su quelli fuori casa. In Europa tra il 2007 ed il 2015 la contrazione in questo mercato è stata di circa 22 miliardi di euro quasi totalmente ascrivibile alla ristorazione. Ancora più forte la flessione nella zona euro dove ha toccato i 23 miliardi di euro. Una dinamica esattamente opposta a quella registrata in Italia dove la contrazione degli alimentari è quasi totalmente riconducibile al canale domestico. Nel nostro Paese l'impatto sulla ristorazione è stato contenuto e ben diverso da quanto è accaduto in Spagna (-14,3 miliardi di euro) o nel Regno Unito (-7 miliardi di euro).

**Tab. I5 - La variazioni dei consumi alimentari nel periodo 2007-2015  
(prezzi costanti – valori in milioni di euro)**

	Alimentari e bevande non alcoliche	Ristorazione	Totale alimentari
<b>Unione Europea (28 Paesi)</b>	<b>-318</b>	<b>-21.639</b>	<b>-21.957</b>
<b>Area Euro (19 Paesi)</b>	<b>-7.897</b>	<b>-15.378</b>	<b>-23.275</b>
Belgio	2.109	402	2.511
Bulgaria*	-145	145	1
Repubblica Ceca	1.385	-90	1.295
Danimarca	385	381	766
Germania	-4.728	2.575	-2.152
Estonia	225	-65	160
Irlanda	-200	581	381
Grecia	-4.686	-3.879	-8.565
Spagna	-2.095	-14.340	-16.435
Francia	10.042	-696	9.346
Italia	-18.367	-344	-18.711
Cipro	258	16	274
Croazia	n.d.	n.d.	n.d.
Lettonia	-313	-141	-454
Lituania	-549	145	-405
Lussemburgo	94	80	174
Ungheria	-418	573	154
Malta	-90	143	53
Olanda	1.628	-1.463	165
Austria	-335	676	342
Polonia	-1.044	889	-155
Portogallo	1.278	-1.344	-66
Romania	4.170	-1.220	2.951
Slovenia	-99	16	-84
Slovacchia	327	-387	-61
Finlandia	736	-590	146
Svezia	1.870	2.015	3.885
Regno Unito	-443	-7.124	-7.567

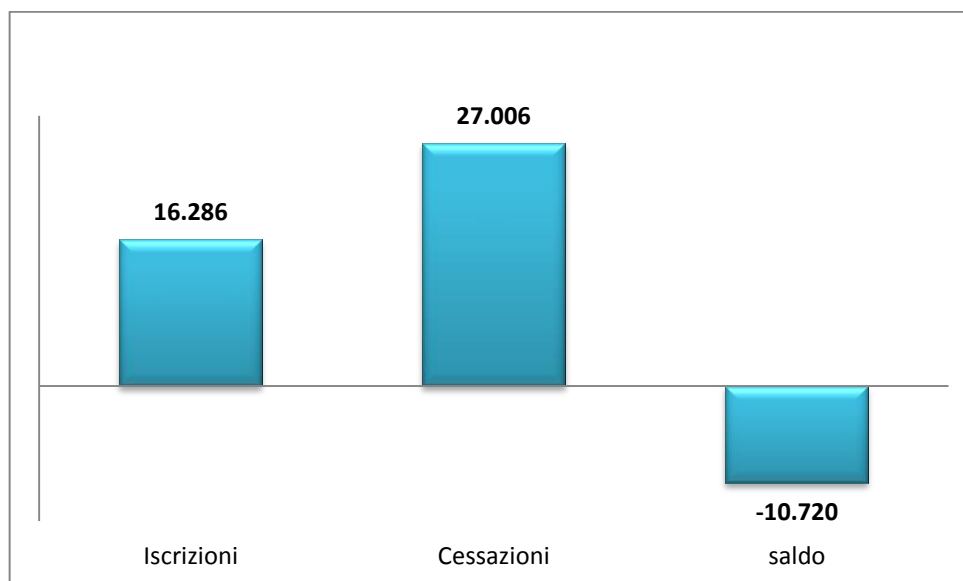
\*anno 2014

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Eurostat

\* \* \*

Nel 2015 hanno avviato l'attività oltre 16mila imprese, mentre più di 27mila l'hanno cessata. Il saldo è negativo per circa 11mila unità, in crescita rispetto al 2014 quando toccò quota -10.290.

**Fig. I5 - Servizi di ristorazione movimprese 2015**



Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Infocamere

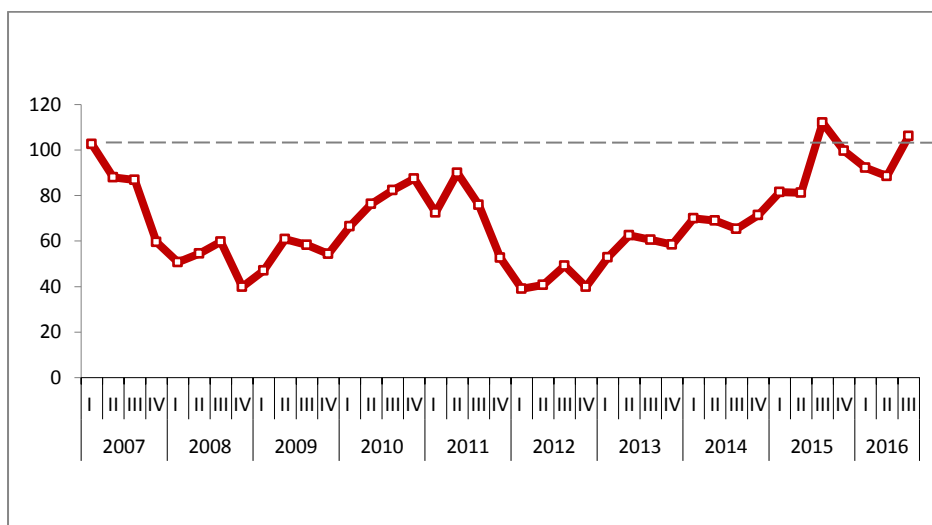
Nei primi nove mesi del 2016 hanno avviato l'attività 12.199 imprese mentre 19.509 l'hanno cessata determinando un saldo negativo pari a 7.310 unità.

\* \* \*

Nel terzo trimestre 2016 il clima di fiducia delle imprese di ristorazione cresce di 18 punti percentuali rispetto al trimestre precedente ma è inferiore ai livelli raggiunti un anno fa.

Le aspettative per l'ultimo trimestre dell'anno risentono del miglioramento del quadro congiunturale sia riguardo alle performance economiche che all'occupazione. Tuttavia, per quest'ultimo indicatore non si attendono nel breve termine ulteriori miglioramenti.

**Fig. I6 - Il clima di fiducia**



Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Il valore aggiunto dei servizi di ristorazione è stato nel 2015 di circa 36 miliardi di euro.

**Fig. 17 - La dinamica del valore aggiunto della ristorazione**  
(N.I. 2008=100)



Fonte: stima C.S. Fipe su dati di contabilità nazionale

Dall'avvio della crisi la ricchezza prodotta dalle imprese del settore ha assunto un profilo dapprima di stagnazione ed in seguito di contrazione. Tra il 2011 ed il 2013 la flessione è stata di cinque punti percentuali ma negli ultimi due anni, secondo una nostra stima, si è

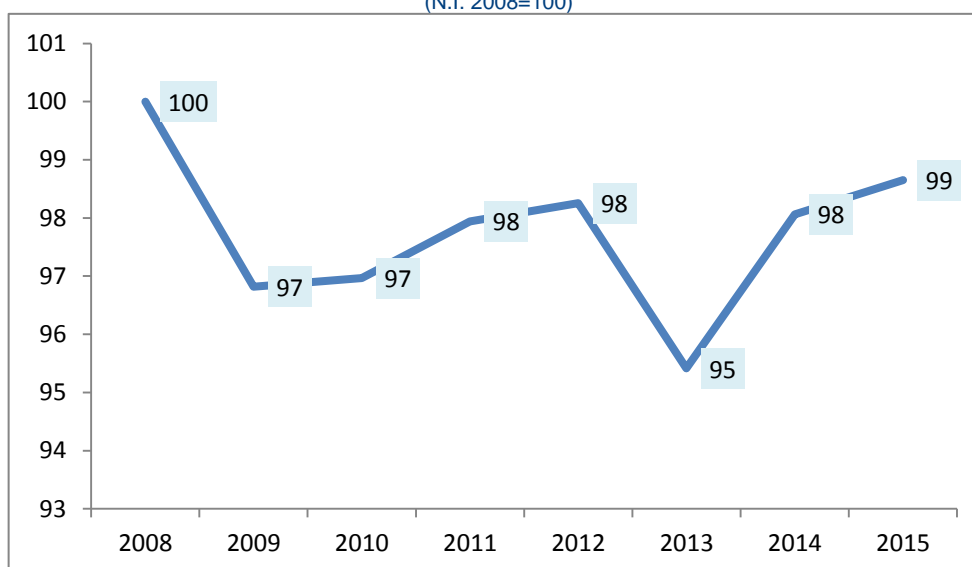


potuto invertire il trend riportando il valore aggiunto di poco al di sotto dei livelli pre-crisi.

\* \* \*

L'input di lavoro, misurato in unità di lavoro standard, del settore dei pubblici esercizi conta oltre un milione di unità. In crescita gli occupati ma non le ore lavorate che sono ancora al di sotto del livello raggiunto nel 2008.

**Fig. I8 - Trend delle ore lavorate**  
(N.I. 2008=100)

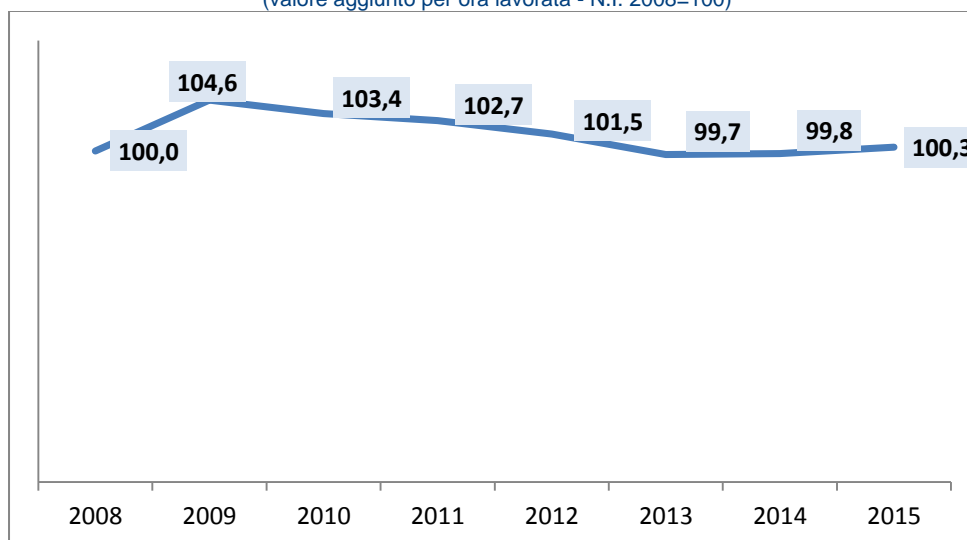


Fonte: stima C.S. Fipe su dati di contabilità nazionale

Rispetto a sei anni fa il settore ha assorbito circa l'1% in meno del fabbisogno delle ore complessivamente lavorate.

La produttività delle imprese della ristorazione non soltanto è bassa, ma anziché crescere si riduce. Attualmente è inferiore di quattro punti percentuali rispetto al 2009 anche se nel corso del 2015 si sono registrati segnali di recupero.

**Fig. I9 - Dinamica della produttività nella ristorazione**  
(valore aggiunto per ora lavorata - N.I. 2008=100)



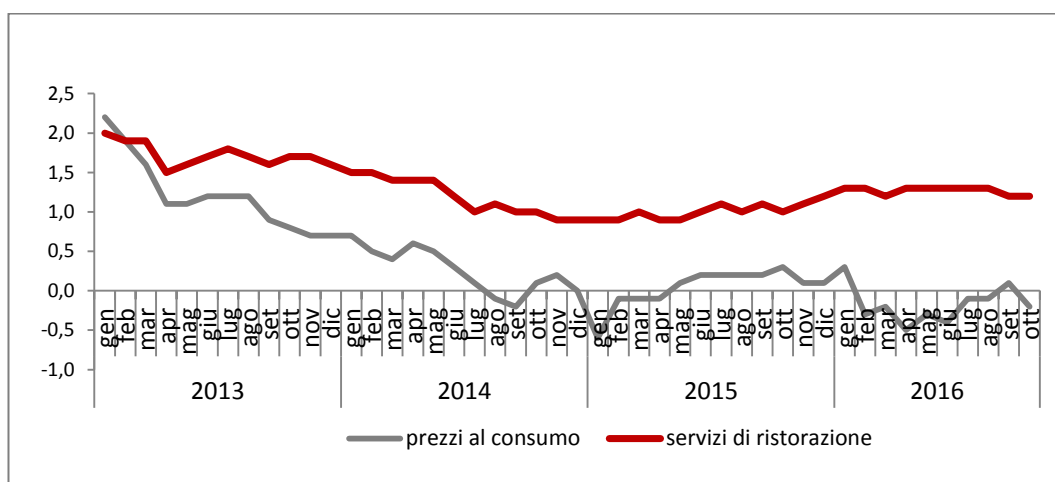
Fonte: stima C.S. Fipe su dati di contabilità nazionale

\* \* \*

A ottobre 2016 i prezzi dei servizi di ristorazione commerciale (bar, ristoranti, pizzerie, ecc.) fanno registrare una variazione dell'1,0% rispetto allo stesso mese di un anno fa. Per la ristorazione collettiva l'incremento invece è del 2,0%. L'inflazione acquisita per l'anno in corso si attesta rispettivamente sull'1,0% e sul 2,2%, mentre per l'intero settore è pari a +1,2%.

Il settore manifesta una certa vivacità dei listini soprattutto se rapportata alla dinamica generale dei prezzi che con riferimento allo stesso periodo registra un -0,2%.

**Fig. I10 - Servizi di ristorazione**  
(var% sullo stesso mese dell'anno precedente)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

\* \* \*

L'indicatore dei consumi fuori casa (ICEO) aumenta nel 2016 dello 0,2% passando da 41,6% a 41,8%.

Sono 39 milioni gli italiani che consumano pasti fuori casa così segmentati:

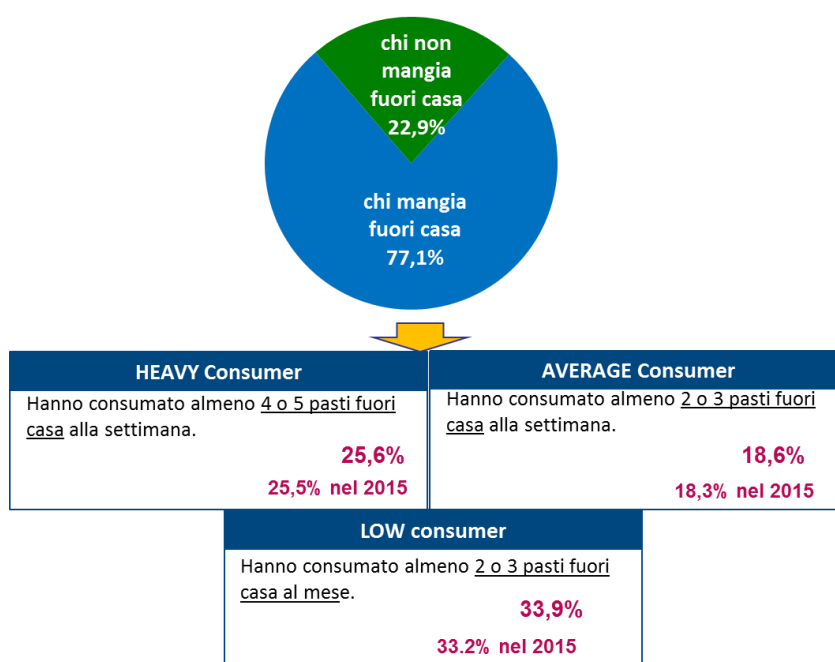
- *heavy consumer*: 13 milioni di persone che consumano almeno 4-5 pasti fuori casa in una settimana
- *average consumer*: 9 milioni che consumano almeno 2-3 pasti fuori casa in una settimana
- *low consumer*: 17 milioni che consumano almeno 2-3 pasti in un mese.

Gli *heavy consumer* sono in prevalenza uomini (53,9%) di età compresa tra i 35 e i 44 anni (23,7%) e residenti al Nord Ovest (29,5%) in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (36,8%).

Gli *average* sono in prevalenza uomini (51,7%), residenti al Centro Italia (29,1%) in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (37,9%).

I *low consumer* sono in prevalenza donne (54,8%), di età superiore ai 64 anni, residenti nelle regioni del Nord Italia, in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (40,1%).

Fig. I11 - Coloro che mangiano fuori casa



### La colazione

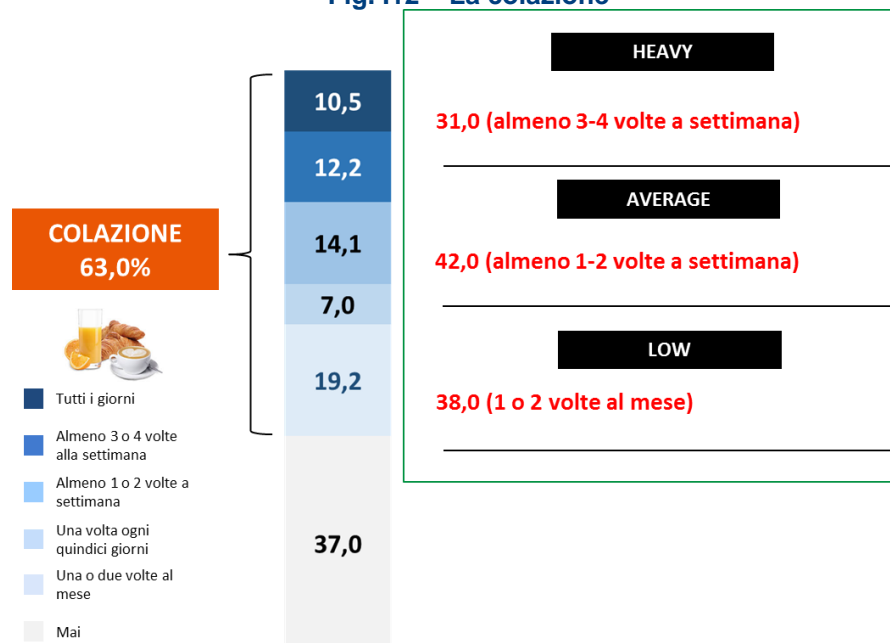
Più di sei italiani su dieci consumano, con diversa intensità, la colazione fuori casa. Cinque milioni di italiani consumano fuori casa la colazione almeno 3 o 4 volte alla settimana, per quattro milioni si tratta, invece, di un rito quotidiano.

Il luogo par excellence della colazione è il bar/caffè, senza alcuna distinzione di genere, età o area geografica.

Il bar pasticceria è il secondo luogo deputato alla colazione degli italiani, preferito soprattutto dalle donne (65% vs 57% degli uomini) e nel Nord Est (64%). Le alternative ci sono ma restano residuali a cominciare dai distributori automatici ai quali si indirizzano il 17% dei consumatori.

Per la colazione fuori, gli italiani spendono mediamente 2-3 euro. Solo l'1,5% spende meno di un euro e, in questo caso, si tratta quasi sempre di heavy consumer.

Fig. I12 – La colazione



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2016

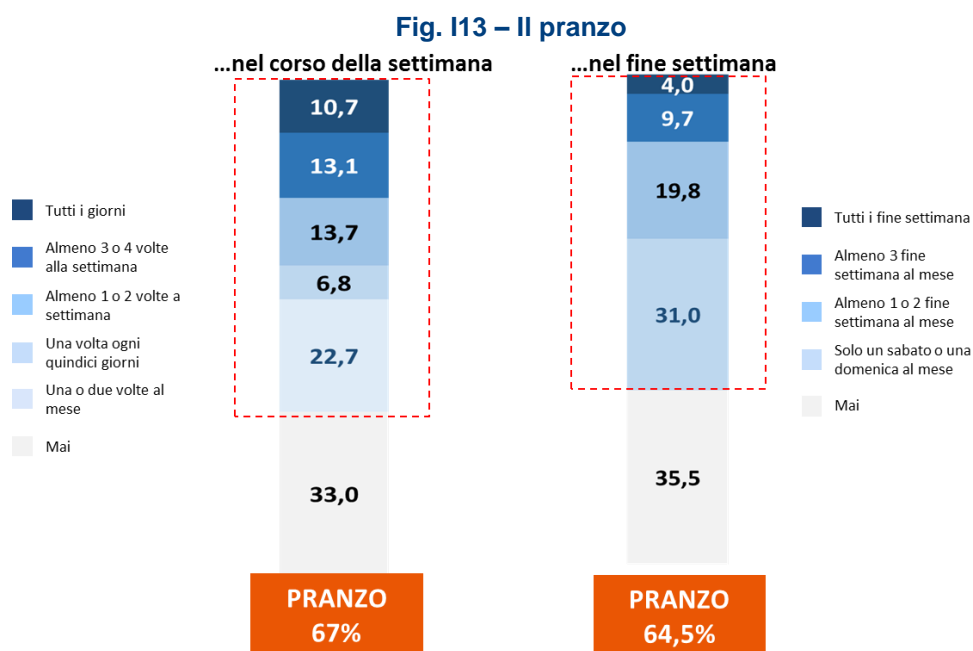
## Il pranzo

Le caratteristiche del pranzo fuori casa dipendono in larga misura dai giorni della settimana. Al 67% degli italiani, pari a poco meno di 34 milioni, capita di consumare il pranzo fuori casa durante la settimana. Per 5 milioni si tratta di un'occasione abituale (almeno 3-4 volte alla settimana).

I tre profili di consumatori si caratterizzano per evidenti differenze: gli *heavy* consumano il pranzo in prevalenza al bar mangiando un panino o un primo piatto, gli *average* ed i *low* scelgono sia il bar che il ristorante preferendo la pizza.

La spesa durante la settimana (consumo funzionale) si concentra prevalentemente nella fascia 5-10 euro (45,5%). Nei fine settimana i luoghi del pranzo, i prodotti consumati e la spesa cambiano significativamente. Ristoranti, trattorie e pizzerie scalano la classifica,

indicati dal 56,2% e 39,5% degli intervistati. La spesa sale nella fascia 10-20 euro con il 42,2% delle risposte.



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2016

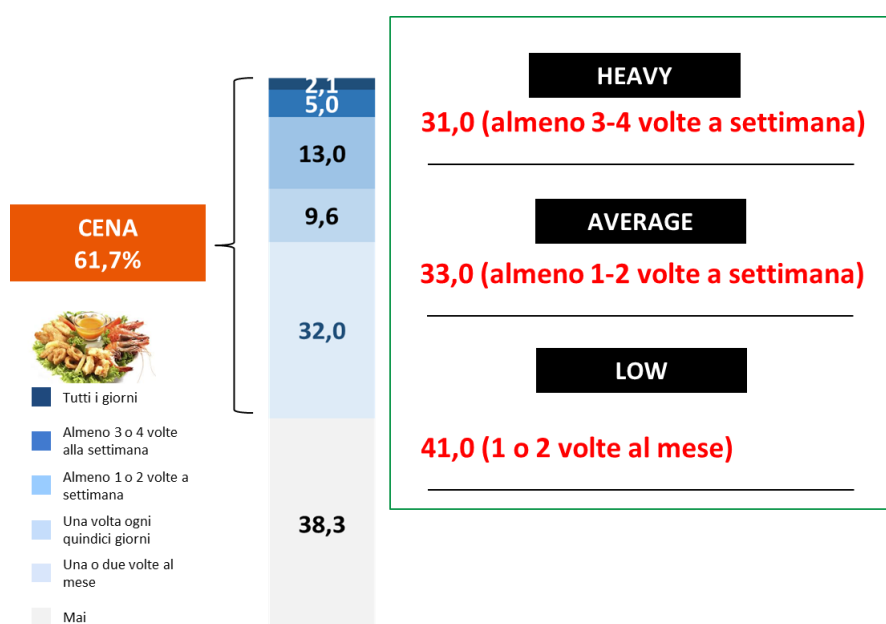
### La cena

Il 61,7% degli intervistati ha consumato almeno una cena fuori casa con riferimento ad un mese tipo. Poco meno di due milioni hanno cenato fuori casa almeno tre volte alla settimana. Si cena fuori casa principalmente in osteria oppure come seconda scelta in pizzeria.

La fascia di prezzo su cui si attesta una cena-tipo è tra i 10 e i 20 euro, anche se più di un terzo degli italiani riserva ad una singola cena dai 20 ai 30 euro. Solo un intervistato su cento è disposto a pagare più di 50 euro per consumare l'ultimo pasto del giorno. La disponibilità a pagare degli heavy consumer risulta significativamente differente rispetto ai «low»: i primi pagano in media tra i 20 e i 30 euro mentre più del 50% dei low consumer si accontenta di una cena compresa nella fascia 10-20 euro.

I residenti del nord ovest si dimostrano i più propensi a spendere: il 13,2% paga più di 30 euro per una cena tipo, percentuale che nel sud e nelle isole è inferiore al 5%.

Fig. I14 – La cena



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2016





# 1

## IL CONTESTO MACROECONOMICO





## 1.1 Il quadro macroeconomico

Nel 2015 la crescita del prodotto interno lordo è stata di sette decimi di punto percentuale, ancora modesta ma significativamente superiore a quella registrata nel precedente biennio, trainata esclusivamente dalla domanda interna. In tale ambito la spesa delle famiglie e delle istituzioni private ha fatto registrare una variazione positiva dell'1,5% mentre la spesa delle amministrazioni pubbliche è stata negativa per sei decimi di punto percentuale. Bene anche gli investimenti dopo il forte arretramento del biennio 2013-2014.

La dinamica dei prezzi al consumo è stata nulla.

Il miglioramento del quadro economico ha avuto riflessi positivi sui livelli dell'occupazione con un incremento delle unità di lavoro dello 0,8% e la contemporanea riduzione del tasso di occupazione che è sceso dal 12,7% del 2014 all'11,9% del 2015.

**Tab. 1 - Quadro macroeconomico interno**

(Anni 2016-2017, valori concatenati per le componenti di domanda, var. % sull'anno precedente)

	2015	2016	2017
Prodotto interno lordo	0,7	0,8	0,9
Importazioni di beni e servizi fob	6,0	2,4	3,8
Esportazioni di servizi fob	4,3	1,6	2,7
Spesa delle famiglie residenti e ISP	1,5	1,2	1,1
Spesa delle AP	-0,6	0,6	0,3
Investimenti fissi lordi	1,3	2,0	2,7
Tasso di inflazione	0,0	0,0	1,0
Tasso di disoccupazione	11,9	11,5	11,3

Fonte: Istat

La crescita acquisita per il 2016 è pari a +0,9% ma con prospettive a breve di moderata crescita il PIL dell'anno dovrebbe salire dello 0,8% con il contributo determinante della domanda interna ed in particolare della spesa delle famiglie. Previsione più incoraggiante da parte di Banca d'Italia che prevede una crescita allo 0,9%.

Situazione ancora problematica per gli investimenti che dal primo trimestre del 2015 sono ripartiti ma con una dinamica che rimane modesta sia nei riguardi degli altri paesi dell'area, sia rispetto a quanto rilevato nelle fasi di uscita dalle recessioni del passato. L'evidenza statistica rilevata anche per mezzo di indagini della Banca d'Italia mostra che gli investimenti non sono più frenati dalle condizioni di accesso al credito ma risentono soprattutto della debolezza della domanda.

Nella Nota di aggiornamento del Documento di economia e finanza 2016, presentata il 27 settembre scorso, il Governo ha rivisto al ribasso le stime di crescita del prodotto dell'Italia per il 2016 e per il 2017 in linea con le recenti informazioni congiunturali e con l'indebolimento del contesto internazionale. Nel quadro a legislazione vigente viene confermata la crescita del PIL nel 2016 dello 0,8 per cento.

L'occupazione è salita a ritmi superiori a quelli del prodotto, riflettendo anche gli effetti delle misure adottate dal Governo in tema di decontribuzione e di riforma del mercato del lavoro. Nel secondo trimestre l'occupazione è risultata più alta dell'1,8 per cento rispetto a quella di un anno prima; il tasso di disoccupazione è sceso all'11,5 per cento (dal picco del 12,8 registrato alla fine del 2014) e la disoccupazione giovanile è ulteriormente diminuita. Prosegue la crescita dell'occupazione a tempo indeterminato, seppure a ritmi inferiori rispetto all'anno scorso, in connessione con il ridimensionamento degli sgravi contributivi.

La stima preliminare di dicembre dei prezzi al consumo indica una dinamica in risalita che tuttavia non ha consentito di riportare l'inflazione in territorio positivo. L'inflazione nel 2016 viene stimata a

-0,1%. Nei primi mesi del 2017 i prezzi sono previsti in ulteriore crescita soprattutto in relazione al profilo dei prezzi dei beni energetici. L'inflazione di fondo resta però molto bassa, principalmente in connessione con gli ampi margini di capacità produttiva inutilizzata.

## 1.2 Il contesto internazionale

Nel 2015 l'economia mondiale è cresciuta al tasso del 3,1% trainata da Usa e Paesi emergenti. Più modesta la crescita dei paesi avanzati ed in particolare della zona euro dove il Pil è cresciuto secondo la stima del FMI di appena l'1,9%.

L'esito del referendum di giugno 2016 nel Regno Unito non ha avuto finora ripercussioni di rilievo sulle condizioni dei mercati finanziari internazionali; l'economia globale continua tuttavia a crescere a un ritmo contenuto. Le prospettive sono lievemente migliorate nelle economie emergenti, ma restano incerte nei principali paesi avanzati; la crescita attesa del commercio internazionale è stata ancora rivista al ribasso. Rischi derivano dalle tensioni di natura geopolitica alimentate dai conflitti in Medio Oriente, dalla minaccia del terrorismo e dai timori che gli sviluppi politici in molti paesi avanzati possano indurre a considerare forme di chiusura nazionale. Nel 2016 il prodotto è cresciuto ad un tasso del 2,9%.

Nell'area dell'euro l'espansione non ha finora risentito in misura significativa dell'incertezza globale. Nei mesi primaverili tuttavia l'attività economica ha rallentato riflettendo l'indebolimento della domanda mondiale. Il PIL dell'area euro è stimato in crescita dell'1,5% nel 2016.

**Tab. 2 - Scenari macroeconomici**  
(variazione percentuali)

	2015	2016	2017
<b>PIL</b>			
<b>Mondo</b>	<b>3,1</b>	<b>2,9</b>	<b>3,2</b>
Area Euro	1,9	1,5	1,4
Giappone	0,5	0,6	0,7
Regno Unito	2,2	1,8	1,0
Stati Uniti	2,6	1,4	2,1
Brasile	-3,9	-3,3	-0,3
Cina	6,9	6,5	6,2
India	7,6	7,4	7,5
Russia	0,6	-3,4	0,2
<b>Commercio Mondiale (1)</b>	<b>2,0</b>	<b>2,3</b>	<b>2,8</b>

(1) Beni e servizi

Fonte: FMI; *World Economic Outlook: Update, settembre 2016*

### 1.3 I consumi delle famiglie

Nel 2015 i consumi delle famiglie hanno superato i mille miliardi di euro con una crescita reale sull'anno precedente dell'1,6%.

**Tab. 3 - Spesa sul territorio economico delle famiglie residenti e non residenti**  
(in milioni di euro correnti - anno 2015)

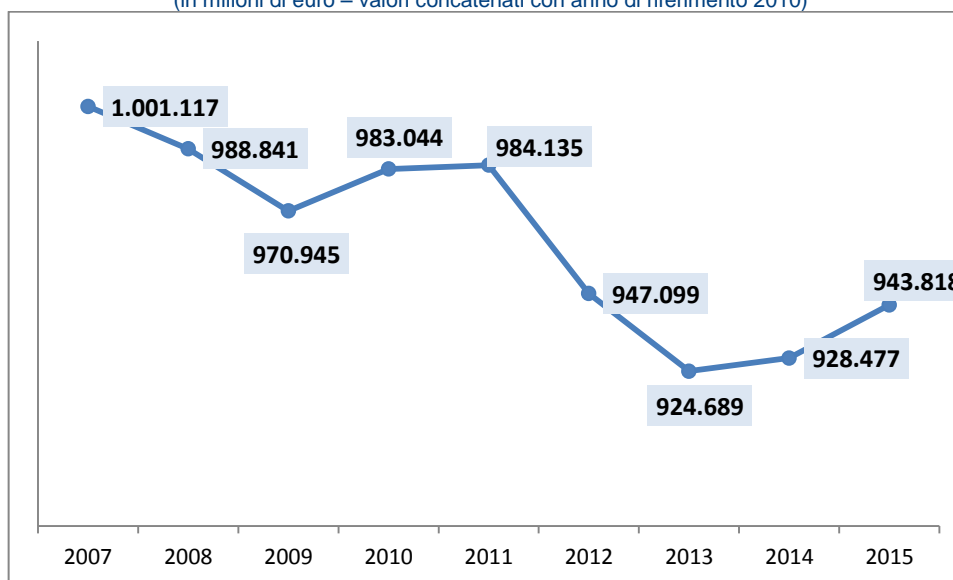
Capitoli di spesa	v.a.	v. %
alimentari e bevande non alcoliche	144.308	14,3
bevande alcoliche, tabacco, narcotici	41.899	4,1
vestiario e calzature	63.673	6,3
abitazione, acqua, elettricità, gas ed altri combustibili	240.134	23,8
mobili, elettrodomestici e manutenzione della casa	62.926	6,2
sanità	34.838	3,4
trasporti	121.022	12,0
comunicazioni	23.111	2,3
ricreazione e cultura	67.806	6,7
istruzione	10.580	1,0
alberghi e ristoranti	100.100	9,9
- servizi di ristorazione	76.401	7,6
beni e servizi vari	100.108	9,9
<b>Totale</b>	<b>1.010.505</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Nel periodo 2007-2015 la caduta dei consumi è stata di oltre 57 miliardi di euro a prezzi costanti, 18 dei quali nel comparto alimentare e circa 27 in quello dei trasporti.

Il settore aggregato degli alberghi e dei ristoranti ha guadagnato domanda, nello stesso periodo, per poco più di 430 milioni di euro quasi interamente imputabili agli alloggi, la ristorazione infatti ne perde 344.

**Fig. 1 - Spesa sul territorio economico delle famiglie residenti e non residenti**  
(in milioni di euro – valori concatenati con anno di riferimento 2010)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

La dinamica dei consumi indica come, ad eccezione delle spese per comunicazioni, solo le spese per l'abitazione presentino il segno positivo a dimostrazione della sostanziale divergenza tra spese obbligate e beni e servizi di mercato.

**Tab. 4 - Variazione dei consumi delle famiglie nel periodo 2015/2007**

(in milioni di euro – valori concatenati con anno di riferimento 2010)

<b>Capitoli di spesa</b>	<b>mln. di euro</b>
alimentari e bevande non alcoliche	-18.367
bevande alcoliche, tabacco, narcotici	-4.696
vestiario e calzature	-3.625
abitazione, acqua, elettricità, gas ed altri combustibili	4.712
mobili, elettrodomestici e manutenzione della casa	-11.427
sanità	-699
trasporti	-26.914
comunicazioni	2.128
ricreazione e cultura	-1.014
istruzione	-589
alberghi e ristoranti	436
- <i>servizi di ristorazione</i>	-344
beni e servizi vari	2.298
<b>Totale</b>	<b>-57.298</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat



## Approfondimento 1

### I consumi per regione<sup>1</sup>

Tra il 2007 ed il 2015 la spesa media delle famiglie italiane è calata dell'11,%, pari, in valore, a poco più di tremila euro.

La contrazione riguarda la quasi totalità dei beni e dei servizi. Fanno eccezione le spese per comunicazioni (+9,3%) quelle per l'abitazione (+1,9%) e quelle per "altri beni e servizi" (+2,6%) e ricreazione spettacolo e cultura (+2,1%). Per tutte le altre il segno negativo oscilla all'interno di una forchetta compresa tra il -0,6% delle spese per servizi sanitari ed il -35,4% di mobili e servizi per la casa.

Al nord vanno particolarmente male Friuli Venezia Giulia (-23,0%) e Piemonte (-14,4%), al centro Umbria e Marche rispettivamente con -23,9% e -18,6%, al sud Calabria (-24,7%), Abruzzo (-16,8%) e Basilicata (-14,2%).

L'analisi delle dinamiche per capitolo di spesa offre numerosi spunti di riflessione che permettono di capire dove la crisi ha colpito più duramente e dove le famiglie hanno modificato maggiormente il budget familiare destinato ai consumi con conseguente cambiamento dei comportamenti di spesa.

Una voce a cui prestare grande attenzione è quella dei consumi alimentari. Qui a fronte di una flessione media di circa 12 punti percentuali si registrano dinamiche positive solo in Liguria e Provincia di Trento. Particolarmente accentuati i tagli nel Mezzogiorno a testimonianza del pesante impatto che la crisi ha avuto su una delle voci di consumo più importanti per la vita delle persone.

Neppure nelle regioni del centro Italia la spesa per consumi alimentari è rimasta estranea ai tagli di budget imposti dalla crisi.

L'abbigliamento è un'altra voce che evoca suggestioni forti quando si parla di consumi nel nostro Paese. Qui il calo ha superato le due cifre in tutte le aree territoriali (fa eccezione la Valle d'Aosta con una flessione del 6%). Le famiglie dell'Abruzzo hanno ridotto la spesa per abbigliamento e calzature del 58,1% nel periodo osservato.

Le spese per l'abitazione sono piuttosto rigide in quanto risultano perlopiù obbligate. Qui il segno prevalente è positivo o moderatamente negativo.

Significativi, al contrario, i tagli nell'arredamento e nei trasporti con valori che sfiorano a livello Italia il 40% mentre non sono poche le regioni nelle quali la contrazione sfiora addirittura il 50%. La crisi ha imposto in modo generalizzato di rimandare le spese importanti a tempi migliori. Pare, tuttavia, che nel corso di questo 2015 si stiano consolidando segnali incoraggianti di un cambio di direzione.

Preoccupanti i tagli alle spese per la salute in alcune realtà regionali come Calabria ed Umbria mentre sono numerose le regioni in cui la spesa è aumentata ed anche significativamente. E' il caso di Trento o della Puglia. Per gli altri servizi le cose sembrano andare relativamente meglio anche se non mancano segnali negativi in questa o in quella regione.

Il settore della ristorazione è all'interno dell'aggregato "Altri beni e servizi" che ha fatto registrare un incremento medio del 2,6% con alcuni importanti picchi in numerose regioni.

<sup>1</sup> Indagine sui consumi delle famiglie, Istat

**Tab. Spesa media mensile delle famiglie per regione**  
(variazioni percentuali 2015/2007 a prezzi 2015)

	spesa media mensile	Alimentari, bevande e tabacchi	Abbigliamento e calzature	Abitazione, acqua, elettricità e altri combustibili	Mobili, articoli e servizi per la casa	Servizi sanitari e spese per la salute	Trasporti	Comunicazioni	Ricreazione, spettacoli e cultura	Istruzione	Altri beni e servizi
Piemonte	-14,4	-7,2	-43,5	2,4	-50,5	-13,6	-38,7	7,7	-6,7	-59,2	-7,2
Valle d'Aosta	-7,1	-1,7	-6,0	1,8	-56,4	-8,1	-7,2	11,2	-10,8	-61,6	-9,6
Lombardia	-9,8	-14,9	-41,6	0,6	-29,8	-11,7	-39,9	13,2	15,0	-66,2	16,2
Trentino	-7,2	-9,2	-8,2	-0,3	-25,8	-2,1	-30,5	10,9	11,1	-29,8	7,1
- Bolzano	-3,3	-0,4	-23,5	6,0	-30,7	9,3	-24,8	-5,4	20,3	-66,7	9,0
- Trento	0,0	5,3	-23,2	8,8	-18,7	47,5	-25,0	-10,3	31,6	-69,7	-0,7
Veneto	-7,0	-6,5	-24,5	3,0	-42,0	-14,3	-24,6	-0,1	7,0	-63,2	21,8
Friuli Venezia Giulia	-23,0	-9,9	-47,2	-14,3	-44,7	-4,0	-48,1	5,8	-10,7	-41,7	-17,9
Liguria	-11,9	2,2	-29,3	-2,0	-42,4	-8,4	-41,7	8,8	-5,3	-44,3	0,5
Emilia Romagna	-6,9	-4,3	-33,0	3,0	-41,1	5,3	-28,7	12,2	18,1	-39,2	5,9
Toscana	-7,0	-3,6	-33,5	0,2	-21,3	4,7	-35,9	9,1	18,5	-29,7	10,2
Umbria	-23,9	-18,7	-55,5	4,0	-57,1	-31,9	-50,2	-10,6	-24,1	-66,1	-21,6
Marche	-18,6	-21,2	-47,3	-2,6	-29,8	-16,0	-42,5	1,8	-5,4	-30,9	-13,1
Lazio	-6,6	-17,0	-49,9	11,7	-33,2	18,1	-35,4	9,2	5,4	-51,5	17,3
Abruzzo	-16,8	-22,7	-58,1	10,9	-46,6	13,1	-40,5	-11,4	-15,3	-66,0	-9,1
Molise	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Campania	-12,6	-20,2	-25,4	3,3	-32,8	-9,9	-41,5	23,8	9,1	-64,2	4,8
Puglia	-8,4	-11,6	-36,7	9,6	-29,0	35,1	-28,8	6,9	-11,5	-63,3	7,8
Basilicata	-14,2	-8,6	-21,9	-4,2	-44,6	-3,7	-22,1	14,7	-23,3	-69,6	-13,8
Calabria	-24,7	-26,2	-54,6	-0,1	-49,5	-23,0	-43,2	-2,1	-41,4	-54,9	-7,4
Sicilia	-10,1	-19,3	-37,9	10,2	-23,1	16,8	-35,6	23,4	0,6	-58,4	14,8
Sardegna	-10,2	-12,9	-49,4	4,2	-30,1	-20,1	-28,6	-15,9	-3,8	-66,2	33,9
Italia	-11,3	-12,4	-34,8	1,9	-35,4	-0,6	-36,1	9,3	2,1	-48,7	2,6

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

**Tab. Spesa media mensile delle famiglie per regione**  
(variazioni assolute 2015/2007 a prezzi 2015 - valori in euro)

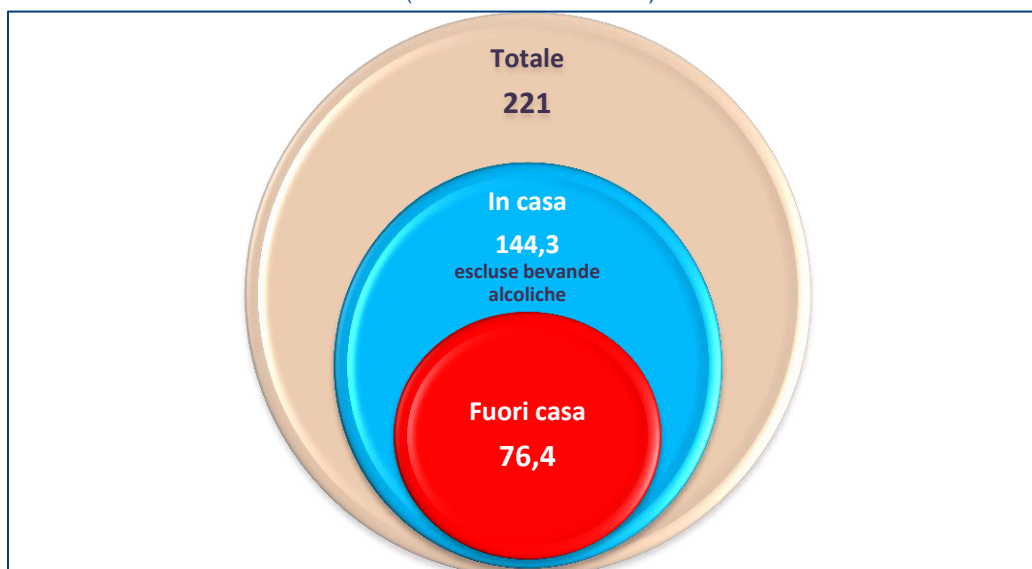
	spesa media mensile*	Alimentari, bevande e tabacchi	Abbigliamento e calzature	Abitazione, acqua, elettricità e altri combustibili	Mobili, articoli e servizi per la casa	Servizi sanitari e spese per la salute	Trasporti	Comunicazioni	Ricreazione, spettacoli e cultura	Istruzione	Altri beni e servizi
Piemonte	-442,14	-39,47	-83,12	22,85	-97,74	-18,64	-174,35	4,58	-10,43	-16,98	-26,00
Valle d'Aosta	-210,91	-8,86	-10,75	16,51	-109,66	-12,23	-27,27	6,97	-17,47	-13,95	-35,84
Lombardia	-250,60	-80,05	-52,99	5,35	-33,38	-12,69	-128,19	6,12	16,27	-13,85	39,86
Trentino	-234,26	-50,57	-15,47	-3,57	-48,46	-3,16	-156,90	6,46	16,09	-9,67	26,79
- Bolzano	-101,93	-2,03	-39,13	59,71	-63,17	12,87	-112,91	-3,79	34,31	-29,02	34,60
- Trento	1,24	28,40	-45,36	92,92	-38,89	53,91	-120,41	-8,26	59,12	-35,15	-3,23
Veneto	-203,45	-30,61	-34,71	28,42	-85,11	-22,95	-106,12	-0,05	10,69	-23,65	63,78
Friuli Venezia Giulia	-785,65	-52,72	-93,91	-153,16	-91,73	-5,79	-281,41	3,56	-18,09	-15,20	-73,05
Liguria	-338,17	10,12	-41,86	-18,63	-75,22	-9,46	-187,53	4,51	-7,59	-10,69	1,63
Emilia Romagna	-216,41	-21,21	-56,68	31,11	-78,78	6,48	-135,57	7,41	25,19	-11,60	22,93
Toscana	-206,02	-19,41	-55,91	1,67	-29,34	5,08	-166,29	5,70	23,58	-6,13	31,72
Umbria	-732,57	-109,52	-105,14	34,93	-127,39	-39,73	-247,79	-6,81	-33,43	-19,77	-71,87
Marche	-526,98	-127,38	-85,27	-22,86	-41,72	-17,40	-187,89	1,01	-6,59	-5,92	-40,04
Lazio	-184,08	-100,10	-85,29	114,55	-45,37	16,91	-131,61	5,52	6,18	-15,92	44,28
Abruzzo	-434,69	-129,51	-126,42	82,66	-69,34	10,90	-143,49	-6,88	-16,13	-18,84	-24,77
Molise	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Campania	-291,43	-128,10	-39,26	22,60	-44,14	-7,59	-114,22	12,37	8,19	-15,79	9,69
Puglia	-193,72	-66,57	-73,46	58,90	-39,50	28,80	-85,53	3,66	-10,42	-23,10	17,16
Basilicata	-318,66	-46,01	-35,89	-24,39	-77,30	-3,29	-70,07	7,72	-18,19	-25,26	-30,20
Calabria	-568,41	-163,07	-100,87	-0,78	-71,07	-23,33	-138,15	-1,18	-41,81	-11,55	-15,33
Sicilia	-204,89	-104,61	-65,17	54,29	-25,67	12,64	-99,78	11,85	0,44	-13,49	25,06
Sardegna	-235,53	-66,72	-75,17	30,61	-38,88	-17,34	-100,78	-8,67	-3,75	-14,86	62,06
Italia	-318,01	-68,78	-61,71	17,13	-57,17	-0,71	-150,00	5,35	2,59	-14,01	7,90

(\*) il totale può differire dalla somma delle singole voci per via degli arrotondamenti  
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

## 1.4 I consumi delle famiglie nella ristorazione

La spesa delle famiglie in servizi di ristorazione è stata nel 2015 di 76.401 milioni di euro in valore e di 70.356 milioni in volume con un incremento reale sull'anno precedente pari allo 0,9%.

**Fig. 2 - I consumi alimentari delle famiglie**  
(mld. di euro – anno 2015)



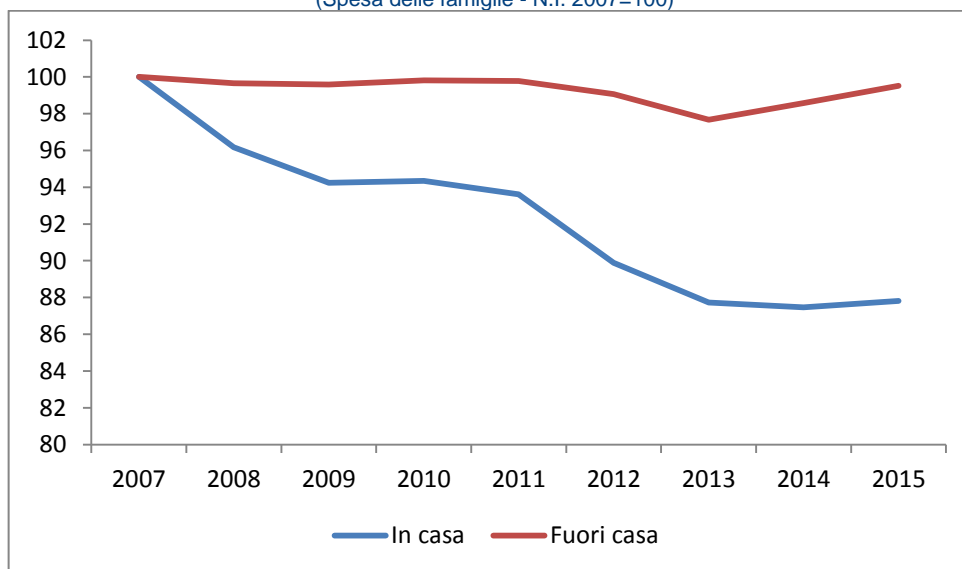
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

L'impatto della crisi sui consumi alimentari in casa (-12,2% pari ad una flessione di 18,4 miliardi di euro tra il 2007 ed il 2015) ha fatto sì che il peso della ristorazione sul totale dei consumi alimentari guadagnasse qualche posizione degli italiani smentendo in tal modo l'ipotesi (suggestiva) che vedrebbe un ritorno ai consumi in casa a scapito di quelli fuori casa. Il fuori casa vale ormai oltre il 35% del totale dei consumi alimentari delle famiglie con un trend di moderata ma costante crescita.

Nello stesso periodo i consumi delle famiglie nei servizi di ristorazione hanno subito una riduzione reale dello 0,5%, pari a 344 milioni di euro.

**Fig. 3 - Alimentari: in casa vs. fuori casa**

(Spesa delle famiglie - N.I. 2007=100)

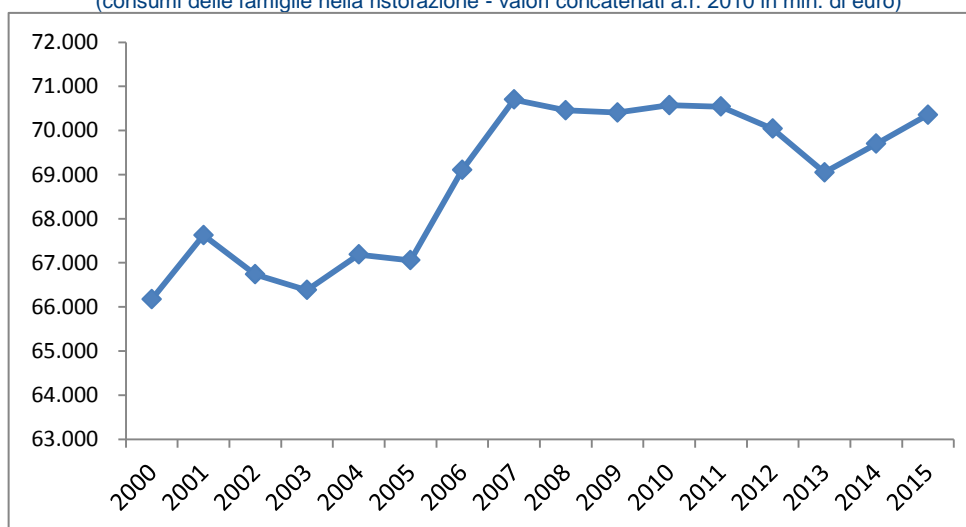


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Nel lungo periodo che va dal 2000 al 2015 il tasso medio annuo di crescita della domanda nella ristorazione è stato di appena lo 0,4% per l'azione combinata della crescita registrata nella prima parte del periodo (2000-2007) e della flessione della seconda fase (2007-2015) quando il tasso medio annuo è stato negativo per un decimo di punto percentuale.

**Fig. 4 - Quanto è costata la crisi**

(consumi delle famiglie nella ristorazione - valori concatenati a.r. 2010 in mln. di euro)

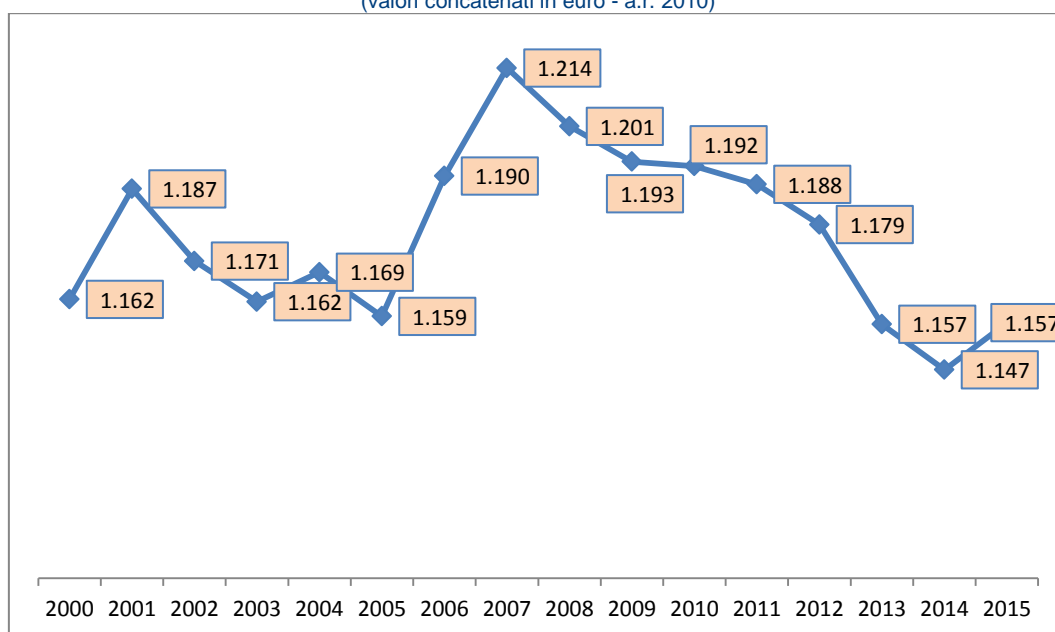


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Nel 2014 la caduta si è fermata ed anzi si è riavviato un percorso di crescita della domanda che si è consolidato nel corso del 2015.

L’impatto della crisi risulta più evidente se dall’aggregato della domanda si passa ai consumi pro-capite.

**Fig. 5 - Spesa pro-capite per consumi alimentari fuori casa**  
(valori concatenati in euro - a.r. 2010)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

In questo caso la componente dimensionale della popolazione mette ancor più in evidenza gli effetti della crisi già partire dal 2008.

Da allora i consumi nei servizi di ristorazione sono scesi di 57 euro pro-capite.

Allargando, tuttavia, la panoramica ad altri Paesi europei, come abbiamo fatto nel paragrafo che segue, emergono alcune interessanti considerazioni sulla tenuta e sulle prospettive del mercato italiano della ristorazione.

## 1.5 La ristorazione italiana nel contesto europeo

I consumi alimentari valgono in Europa 1.541 miliardi di euro per il 64,2% nel canale domestico e per il restante 35,8% nella ristorazione. Proprio la ristorazione con i suoi 552 miliardi di euro è la cartina di tornasole non solo dello stato di maturità delle diverse economie europee ma anche dei diversi modelli di consumo che ne caratterizzano le società. Ed infatti il peso della ristorazione sul complesso dei consumi alimentari non segue soltanto l'intuitiva relazione con i livelli di benessere delle popolazioni ma dipende in larga misura dai modelli di consumo in auge nei diversi paesi. E così mentre la ristorazione rappresenta meno del 30% del totale dei consumi alimentari in Germania, la stessa sale al 47% nel Regno Unito, al 52% in Spagna e addirittura al 57% in Irlanda. In Italia la quota si attesta al 35%, sei punti percentuali al di sopra della Francia.

Dal punto di vista dei valori assoluti l'Italia è il terzo mercato della ristorazione in Europa dopo Regno Unito e Spagna con un valore di oltre 76 miliardi di euro.

La recessione che ha interessato l'economia mondiale a partire dal 2007-2008 ha avuto un pesante impatto sui consumi, anche sugli alimentari ed in particolare su quelli fuori casa. In Europa tra il 2007 ed il 2015 la contrazione in questo mercato è stata di circa 22 miliardi di euro quasi totalmente ascrivibile alla ristorazione. Ancora più forte la flessione nella zona euro dove ha toccato i 23 miliardi di euro. Da sottolineare la performance della categoria in Italia dove il taglio cumulato è stato di poco meno di 19 miliardi di euro in questo caso quasi totalmente riconducibile al canale domestico. Nel nostro Paese l'impatto sulla ristorazione c'è stato ma contenuto in 344 milioni di euro, poca cosa in confronto a quanto è accaduto in Spagna (-14,3 miliardi di euro) o nel Regno Unito (-7 miliardi di euro).

**Tab. 5 - I consumi alimentari in Europa**  
(anno 2015 - prezzi correnti – valori in milioni di euro)

	Alimentari e bevande non alcoliche	Ristorazione	Totale alimentari
<b>Unione Europea (28 Paesi)</b>	<b>988.955</b>	<b>551.556</b>	<b>1.540.511</b>
<b>Area Euro (19 Paesi)</b>	<b>715.667</b>	<b>398.332</b>	<b>1.114.000</b>
Belgio	26.706	11.126	37.832
Bulgaria*	5.383	1.461	6.844
Repubblica Ceca	13.324	5.129	18.453
Danimarca	14.122	6.519	20.641
Germania	161.512	68.099	229.611
Estonia	2.235	615	2.850
Irlanda	8.001	10.380	18.381
Grecia	21.621	15.320	36.941
Spagna	86.070	93.604	179.674
Francia	154.926	61.798	216.724
Italia	144.308	76.401	220.710
Cipro	1.984	1.169	3.153
Croazia	n.d.	n.d.	n.d.
Lettonia	2.786	749	3.535
Lituania	5.509	566	6.075
Lussemburgo	1.679	1.034	2.712
Ungheria	10.101	3.809	13.910
Malta	678	664	1.343
Olanda	34.625	18.506	53.131
Austria	17.824	18.250	36.074
Polonia	42.273	6.286	48.559
Portogallo	20.787	10.347	31.134
Romania	28.531	1.083	29.614
Slovenia	3.300	1.140	4.440
Slovacchia	7.545	2.164	9.709
Finlandia	13.572	6.403	19.975
Svezia	24.405	10.656	35.061
Regno Unito	131.933	116.429	248.362

\*anno 2014

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Eurostat



**Tab. 6 - La variazioni dei consumi alimentari nel periodo 2007-2015  
(prezzi costanti – valori in milioni di euro)**

	Alimentari e bevande non alcoliche	Ristorazione	Totale alimentari
<b>Unione Europea (28 Paesi)</b>	<b>-318</b>	<b>-21.639</b>	<b>-21.957</b>
<b>Area Euro (19 Paesi)</b>	<b>-7.897</b>	<b>-15.378</b>	<b>-23.275</b>
Belgio	2.109	402	2.511
Bulgaria*	-145	145	1
Repubblica Ceca	1.385	-90	1.295
Danimarca	385	381	766
Germania	-4.728	2.575	-2.152
Estonia	225	-65	160
Irlanda	-200	581	381
Grecia	-4.686	-3.879	-8.565
Spagna	-2.095	-14.340	-16.435
Francia	10.042	-696	9.346
Italia	-18.367	-344	-18.711
Cipro	258	16	274
Croazia	n.d.	n.d.	n.d.
Lettonia	-313	-141	-454
Lituania	-549	145	-405
Lussemburgo	94	80	174
Ungheria	-418	573	154
Malta	-90	143	53
Olanda	1.628	-1.463	165
Austria	-335	676	342
Polonia	-1.044	889	-155
Portogallo	1.278	-1.344	-66
Romania	4.170	-1.220	2.951
Slovenia	-99	16	-84
Slovacchia	327	-387	-61
Finlandia	736	-590	146
Svezia	1.870	2.015	3.885
Regno Unito	-443	-7.124	-7.567

\*anno 2014

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Eurostat



# 2

## LA CONSISTENZA DELLE IMPRESE





## 2.1 Il settore complessivo

A dicembre del 2015 negli archivi delle Camere di Commercio italiane risultavano attive 325.110 imprese appartenenti al codice di attività 56 con il quale vengono classificati i servizi di ristorazione.

**Tab. 9 - Servizi di ristorazione**  
(Distribuzione delle imprese attive- anno 2015)

Regione	Valori assoluti	valori %
Piemonte	23.725	7,3
Valle d'Aosta	1.109	0,3
Lombardia	50.108	15,4
Trentino	5.813	1,8
Veneto	25.879	8,0
Friuli V. Giulia	7.171	2,2
Liguria	12.048	3,7
Emilia Romagna	24.997	7,7
Toscana	21.758	6,7
Umbria	4.654	1,4
Marche	8.438	2,6
Lazio	35.326	10,9
Abruzzo	8.488	2,6
Molise	1.885	0,6
Campania	30.640	9,4
Puglia	18.933	5,8
Basilicata	2.635	0,8
Calabria	10.353	3,2
Sicilia	20.612	6,3
Sardegna	10.538	3,2
<b>Italia</b>	<b>325.110</b>	<b>100</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

La Lombardia è la prima regione per presenza di imprese del settore con una quota sul totale pari al 15,4%, seguita da Lazio (10,9%) e Campania (9,4%). Questo dato spiega sufficientemente come la diffusione delle imprese dipenda più da variabili demografiche (la popolazione residente) che da variabili economiche (reddito, consumi, propensione al consumo, ecc.). Ciò non significa, tuttavia, che

sull'insediamento delle imprese non abbiano influito congiuntamente sia variabili di carattere demografico che di carattere economico.

La rete dei pubblici esercizi è, dunque, ampia e articolata sull'intero territorio nazionale, da nord a sud, da est ad ovest, nei piccoli come nei grandi centri urbani. Essa non ha eguali nel sistema economico-produttivo del nostro Paese.

La ditta individuale resta la forma giuridica prevalente, in particolare nelle regioni del Mezzogiorno dove la quota sul totale raggiunge soglie che arrivano ad oltre il 70% del numero complessivo delle imprese attive (è il caso della Calabria). Le società di persone si confermano opzione diffusa di organizzazione imprenditoriale, soprattutto nelle aree settentrionali del Paese.

**Tab. 10 - Servizi di ristorazione**  
(Distribuzione % delle imprese attive per forma giuridica- anno 2015)

Regione	Società' di capitale	Società' di persone	ditte individuali	Altre forme	Totale
Piemonte	7,1	41,1	50,8	1,0	100,0
Valle d'Aosta	7,1	47,3	44,8	0,7	100,0
Lombardia	16,8	32,5	49,2	1,5	100,0
Trentino	6,8	43,0	49,3	1,0	100,0
Veneto	10,9	40,5	48,0	0,6	100,0
Friuli V. Giulia	9,5	34,0	55,7	0,8	100,0
Liguria	9,4	42,2	47,6	0,8	100,0
Emilia Romagna	13,5	40,3	45,5	0,7	100,0
Toscana	17,0	40,2	41,5	1,3	100,0
Umbria	16,4	40,8	41,5	1,4	100,0
Marche	13,3	36,4	49,1	1,2	100,0
Lazio	31,0	23,3	44,3	1,4	100,0
Abruzzo	13,7	32,7	52,8	0,7	100,0
Molise	11,5	22,6	64,8	1,1	100,0
Campania	16,5	30,6	52,1	0,8	100,0
Puglia	13,4	21,3	64,5	0,9	100,0
Basilicata	11,0	19,7	66,9	2,5	100,0
Calabria	8,5	17,7	73,2	0,7	100,0
Sicilia	12,8	19,4	65,7	2,0	100,0
Sardegna	13,7	31,5	52,9	1,9	100,0
Nord Ovest	13,0	36,4	49,4	1,3	100,0
Nord Est	11,4	39,9	48,0	0,7	100,0
Centro	23,6	31,3	43,8	1,3	100,0
Sud e Isole	13,7	25,3	59,9	1,2	100,0
<b>Italia</b>	<b>15,2</b>	<b>32,4</b>	<b>51,3</b>	<b>1,1</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

Le società di capitale continuano a rimanere marginali anche se in alcune regioni, il Lazio in particolare, assumono posizioni di tutto riguardo.

## 2.2 Il comparto bar

Il bar rappresenta una delle articolazioni forti della rete dei pubblici esercizi. Nei registri delle Camere di Commercio si contano 149.085 imprese appartenenti al codice di attività 56.3 (bar e altri esercizi simili senza cucina). In sei regioni (Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Toscana, Lazio e Campania) si concentrano i due terzi delle imprese del settore.

**Tab. 11 - Bar e altri esercizi simili senza cucina**  
(Distribuzione delle imprese attive- anno 2015)

Regione	Valori assoluti	valori %
Piemonte	11.018	7,4
Valle d'Aosta	507	0,3
Lombardia	25.448	17,0
Trentino	2.730	1,8
Veneto	12.610	8,4
Friuli V. Giulia	3.525	2,4
Liguria	5.576	3,7
Emilia Romagna	11.837	7,9
Toscana	8.920	6,0
Umbria	2.084	1,4
Marche	3.470	2,3
Lazio	15.426	10,3
Abruzzo	3.640	2,4
Molise	879	0,6
Campania	14.150	9,5
Puglia	8.380	5,6
Basilicata	1.369	0,9
Calabria	4.439	3,0
Sicilia	8.279	5,5
Sardegna	5.069	3,4
<b>Italia</b>	<b>149.356</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

Il 54,0% di queste imprese ha forma giuridica di ditta individuale con una variabilità regionale assai sostenuta. La forbice va dal valore minimo dell'Umbria (42,3%) al massimo della Calabria (78,5%).

Il 33,6% delle imprese opera come società di persone, mentre la quota delle società di capitale è circa dell' 11%. In tale contesto merita una segnalazione l'11,8% della Lombardia al Nord, il 24,2% del Lazio al centro e l'11,5% della Campania al Sud. Alle "altre forme giuridiche" che ricomprendono, ad esempio, le cooperative va una quota dell'1,2%.

**Tab. 12 - Bar e altri esercizi simili senza cucina**  
(Distribuzione % delle imprese attive per forma giuridica- anno 2015)

Regione	Società di capitale	Società di persone	ditte individuali	Altre forme	Totale
Piemonte	4,6	42,5	51,8	1,0	100,0
Valle d'Aosta	5,7	47,3	45,6	1,4	100,0
Lombardia	11,8	33,2	52,8	2,2	100,0
Trentino	4,7	44,1	49,9	1,3	100,0
Veneto	6,9	41,4	51,0	0,6	100,0
Friuli V. Giulia	7,3	32,4	59,4	0,9	100,0
Liguria	6,9	43,2	49,2	0,8	100,0
Emilia Romagna	8,8	44,0	46,3	0,9	100,0
Toscana	12,9	42,4	43,3	1,4	100,0
Umbria	13,1	43,0	42,3	1,5	100,0
Marche	9,3	38,6	50,9	1,2	100,0
Lazio	24,2	24,9	49,7	1,2	100,0
Abruzzo	10,5	32,5	56,5	0,4	100,0
Molise	9,2	18,8	71,7	0,3	100,0
Campania	12,9	32,0	54,5	0,6	100,0
Puglia	10,7	20,2	68,4	0,7	100,0
Basilicata	8,5	17,8	71,5	2,1	100,0
Calabria	6,4	14,7	78,5	0,4	100,0
Sicilia	10,1	19,3	69,1	1,5	100,0
Sardegna	11,5	35,0	51,9	1,6	100,0
Nord Ovest	9,2	37,1	52,0	1,7	100,0
Nord Est	7,5	41,6	50,1	0,8	100,0
Centro	18,3	33,0	47,4	1,3	100,0
Sud e Isole	10,8	25,6	62,7	0,9	100,0
<b>Italia</b>	<b>11,2</b>	<b>33,6</b>	<b>54,0</b>	<b>1,2</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamerere



## 2.3 Il comparto ristorazione

Il numero delle imprese registrate con il codice di attività 56.1 (ristoranti e attività di ristorazione mobile) ammonta a 172.688 unità.

**Tab. 13 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile**  
(Distribuzione delle imprese attive - anno 2015)

Regione	Valori assoluti	valori %
Piemonte	12.526	7,3
Valle d'Aosta	597	0,3
Lombardia	24.059	13,9
Trentino	3.018	1,7
Veneto	13.115	7,6
Friuli V. Giulia	3.614	2,1
Liguria	6.402	3,7
Emilia Romagna	13.021	7,5
Toscana	12.613	7,3
Umbria	2.518	1,5
Marche	4.910	2,8
Lazio	19.465	11,3
Abruzzo	4.765	2,8
Molise	980	0,6
Campania	16.133	9,3
Puglia	10.437	6,0
Basilicata	1.236	0,7
Calabria	5.806	3,4
Sicilia	12.115	7,0
Sardegna	5.358	3,1
<b>Italia</b>	<b>172.688</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

Il sorpasso dei ristoranti sul bar avvenuto nel corso di questi ultimi anni è frutto di una evoluzione del mercato che si è accompagnata al cambiamento del sistema delle regole grazie ai quali gli imprenditori privilegiano di qualificarsi come ristoranti, anziché bar, per disporre di maggiori gradi di libertà commerciale. A ciò si deve aggiungere che la revisione della classificazione delle attività economiche ha incluso le imprese che svolgono attività di pasticceria e gelateria nella categoria "ristoranti".

Anche tra i ristoranti le ditte individuali costituiscono la maggioranza delle imprese. Poco meno di una su due è organizzata secondo tale forma giuridica.

E' ancora al Sud che le ditte individuali arrivano a sfiorare soglie del 70% come nel caso della Calabria.

Le società di capitale sono il 18,2% del totale con punte del 35,8% nel Lazio e del 21,2% in Lombardia.

**Tab. 14 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile**  
(Distribuzione % delle imprese attive per forma giuridica- anno 2015)

Regione	Società di capitale	Società di persone	ditte individuali	Altre forme	Totale
Piemonte	9,1	39,9	50,1	0,8	100,0
Valle d'Aosta	8,0	47,4	44,6	0,0	100,0
Lombardia	21,2	32,3	45,8	0,7	100,0
Trentino	8,5	42,2	48,8	0,4	100,0
Veneto	14,4	39,7	45,4	0,5	100,0
Friuli V. Giulia	11,5	35,6	52,3	0,6	100,0
Liguria	11,5	41,4	46,5	0,7	100,0
Emilia Romagna	17,4	37,1	45,0	0,5	100,0
Toscana	19,5	39,1	40,5	1,0	100,0
Umbria	18,5	39,3	41,2	1,0	100,0
Marche	15,9	34,9	48,2	1,0	100,0
Lazio	35,8	22,3	40,5	1,3	100,0
Abruzzo	15,9	33,2	50,3	0,6	100,0
Molise	13,4	26,5	59,6	0,5	100,0
Campania	19,1	29,6	50,7	0,6	100,0
Puglia	15,2	22,3	61,6	0,8	100,0
Basilicata	13,3	21,8	62,9	1,9	100,0
Calabria	9,6	20,0	69,8	0,6	100,0
Sicilia	14,4	19,6	64,1	2,0	100,0
Sardegna	15,5	28,5	54,2	1,8	100,0
Nord Ovest	16,1	36,0	47,1	0,7	100,0
Nord Est	14,7	38,5	46,3	0,5	100,0
Centro	27,0	30,3	41,5	1,2	100,0
Sud e Isole	15,6	25,1	58,2	1,1	100,0
<b>Italia</b>	<b>18,2</b>	<b>31,6</b>	<b>49,3</b>	<b>0,9</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

## 2.4 Il comparto mense&catering

Le imprese che svolgono attività di banqueting, di fornitura di pasti preparati e di ristorazione collettiva sono poco più di 3.000, concentrate principalmente in Lombardia, Lazio, Campania e Toscana.

**Tab. 15 - Fornitura di pasti preparati e altri servizi di ristorazione**

(Distribuzione delle imprese attive- anno 2015)

<b>Regione</b>	<b>Valori assoluti</b>	<b>valori %</b>
Piemonte	181	5,9
Valle d'Aosta	5	0,2
Lombardia	601	19,6
Trentino	65	2,1
Veneto	154	5,0
Friuli V. Giulia	32	1,0
Liguria	70	2,3
Emilia Romagna	139	4,5
Toscana	225	7,3
Umbria	52	1,7
Marche	58	1,9
Lazio	435	14,2
Abruzzo	83	2,7
Molise	26	0,8
Campania	357	11,6
Puglia	116	3,8
Basilicata	30	1,0
Calabria	108	3,5
Sicilia	218	7,1
Sardegna	111	3,6
<b>Italia</b>	<b>3.066</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

La presenza degli scali aeroportuali nei quali si svolge il servizio di catering aereo spiega, almeno in parte, le densità rilevate in Lombardia e Lazio. Dal punto di vista della forma giuridica balza subito agli occhi la sostanziale differenza di questo comparto dagli altri fin qui analizzati.

Le ditte individuali non sono più maggioranza relativa o addirittura assoluta mentre lo diventano le società di capitale con una quota sul totale del 40,0%.

Ci troviamo dunque dinanzi ad un comparto più strutturato dove la presenza di imprese di grandi dimensioni è significativa e dove il mercato di tipo B2B e dunque regolato da gare d'appalto.

La presenza delle cooperative si fa significativa, in particolare nel Mezzogiorno con una quota del 20% sul totale.

**Tab. 16 - Fornitura di pasti preparati e altri servizi di ristorazione**

(Distribuzione % delle imprese attive per forma giuridica- dicembre 2015)

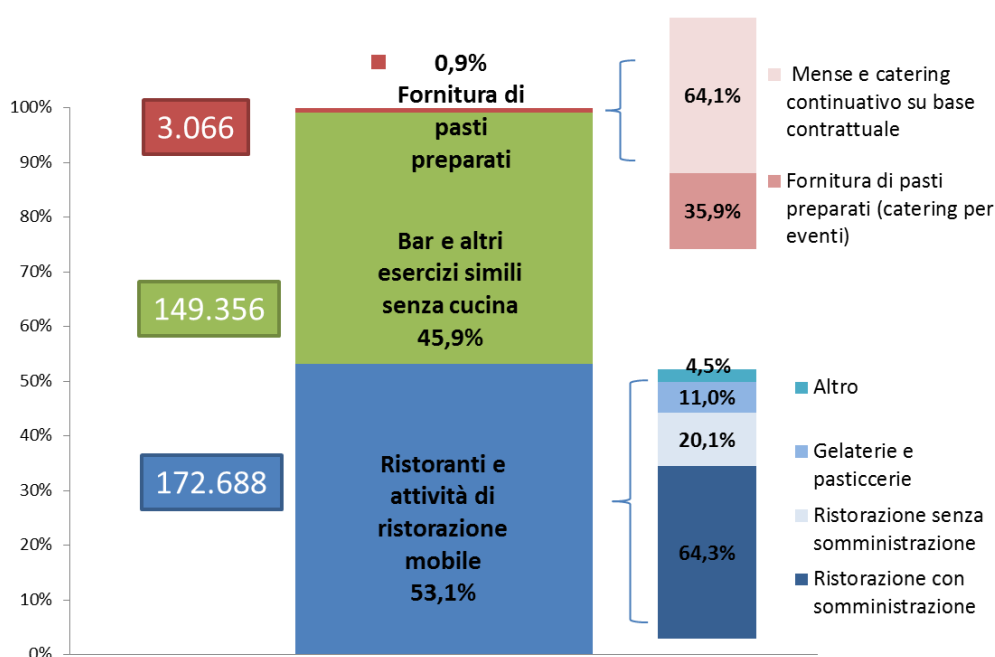
Regione	Societa' di capitale	Societa' di persone	ditte individuali	Altre forme	Totale
Piemonte	26,0	30,9	35,4	7,7	100,0
Valle d'Aosta	40,0	40,0	0,0	20,0	100,0
Lombardia	47,4	17,5	28,8	6,3	100,0
Trentino	10,8	33,8	40,0	15,4	100,0
Veneto	42,9	20,8	25,3	11,0	100,0
Friuli V. Giulia	31,3	25,0	28,1	15,6	100,0
Liguria	25,7	32,9	34,3	7,1	100,0
Emilia Romagna	38,8	22,3	31,7	7,2	100,0
Toscana	38,2	20,9	29,3	11,6	100,0
Umbria	38,5	23,1	21,2	17,3	100,0
Marche	32,8	31,0	24,1	12,1	100,0
Lazio	56,8	9,9	23,7	9,7	100,0
Abruzzo	30,1	15,7	34,9	19,3	100,0
Molise	15,4	3,8	30,8	50,0	100,0
Campania	40,6	23,5	21,3	14,6	100,0
Puglia	40,5	9,5	34,5	15,5	100,0
Basilicata	23,3	16,7	20,0	40,0	100,0
Calabria	32,4	13,9	34,3	19,4	100,0
Sicilia	32,1	15,6	27,5	24,8	100,0
Sardegna	27,9	20,7	32,4	18,9	100,0
Nord Ovest	41,1	21,7	30,5	6,8	100,0
Nord Est	35,1	23,8	30,3	10,8	100,0
Centro	48,3	15,6	25,2	10,9	100,0
Sud e Isole	34,7	17,7	27,8	19,7	100,0
<b>Italia</b>	<b>40,0</b>	<b>19,1</b>	<b>28,2</b>	<b>12,8</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

## 2.5 La segmentazione della impresa

Il mondo dei pubblici esercizi ha nella segmentazione dell'offerta un altro punto di forza. Dunque non soltanto prossimità ma anche una varietà di formule per seguire l'evoluzione della domanda ed i molteplici bisogni del consumatore.

Fig. 6 – La segmentazione delle imprese di ristorazione



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

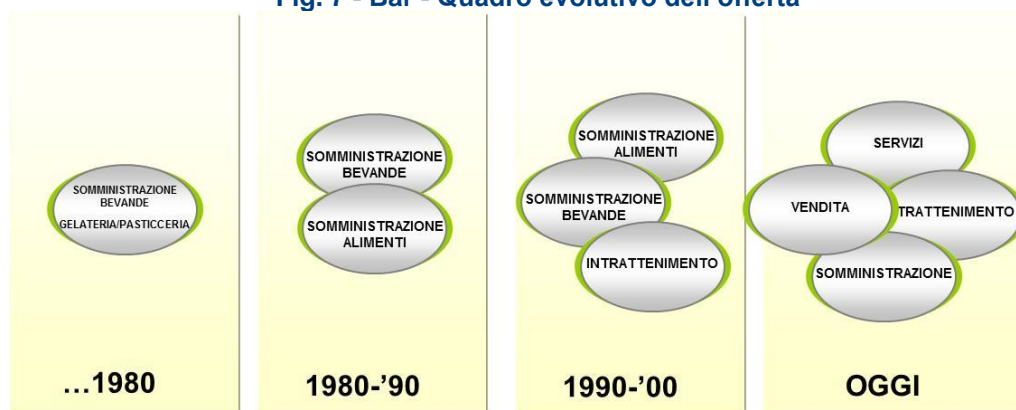
Oltre la metà dell'offerta è riconducibile all'universo dei ristoranti nei quali, tuttavia, vengono incluse, come abbiamo visto, anche pasticcerie e gelaterie (11,0% del totale). I due terzi dei "ristoranti" sono con servizio mentre le formule *take away* rappresentano il 20% del totale. C'è poi un residuale *altro* in cui rientra la ristorazione a bordo di treni, navi, ecc.

L'altro grosso blocco di offerta è costituito dal bar (45,9% del totale). Il bar è da sempre un comparto imprenditoriale dinamico. Si sviluppa per

il *combinato disposto* tra le esigenze dei consumatori e le norme in vigore, come luogo in cui si somministrano quasi esclusivamente bevande. Il food è perlopiù dolce, sia come pasticceria che gelateria, anche se non mancano prodotti salati come tramezzini e panini.

Ma è negli anni '80 che si sviluppa, sotto la spinta di una domanda di pasti funzionali che soprattutto nei grandi centri urbani diventa importante, la presenza di un'offerta food ben caratterizzata.

**Fig. 7 - Bar - Quadro evolutivo dell'offerta**



Prende consistenza un nuovo format di esercizio chiamato "lunch bar" che rappresenta un ponte tra la formula bar e quella del ristorante per soddisfare le esigenze alimentari del pranzo di milioni di persone. Non si deve trascurare, infatti, che sono circa 12 milioni gli italiani che per diverse ragioni pranzano abitualmente fuori casa in una mensa, in un bar, in un ristorante o direttamente sul luogo di lavoro.

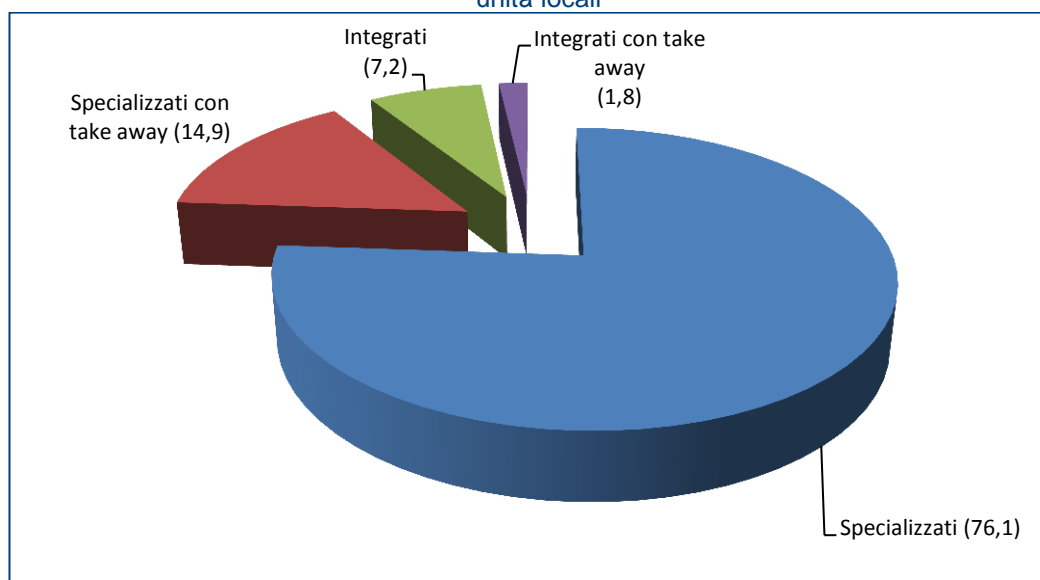
Nel decennio che segue il bar prosegue nel cambiamento della propria fisionomia. A bevande e food si affiancano nuovi servizi a cominciare da quelli prevalenti di intrattenimento per arrivare a quelli di tipo commerciale sia tradizionali che innovativi. Questi format continuano ad essere "di nicchia" ma la loro presenza è sufficientemente diffusa.

Con riferimento all'incrocio tra modalità di fruizione, modelli di consumo e combinazione di prodotti e servizi è possibile definire quattro differenti macro-tipologie di bar.

**Fig. 8 - Bar – Quadro evolutivo dei format**



**Fig. 9 - Macro-segmentazione bar  
unità locali**



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati vari

Gli specializzati sono caratterizzati dalla forte incidenza del consumo di specifici prodotti e/o servizi e da modalità di fruizione ben definite (colazione, pranzo, sera, ecc.). La variante è rappresentata da quegli esercizi in cui il consumo non avviene soltanto all'interno del locale ma anche fuori per mezzo dell'asporto (gelaterie, pasticcerie). All'opposto ci sono gli esercizi in cui è presente una buona integrazione tra le caratteristiche tradizionali del bar con quelle di altri servizi. E' il caso dei locali serali dove insieme a bevande e food si trovano servizi di intrattenimento.



**3**  
**IL MOVIMPRESE**



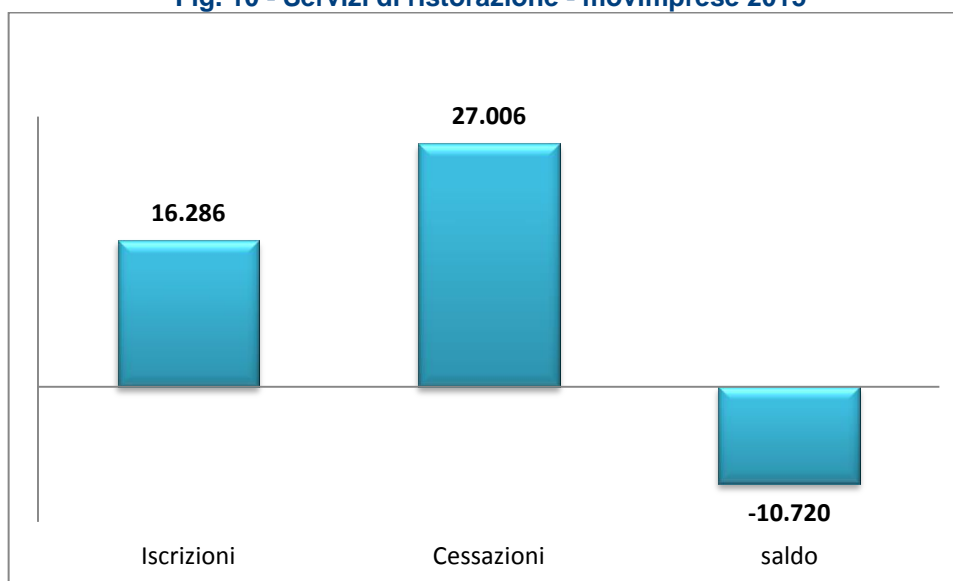


### 3.1 Il settore complessivo

Il turn over imprenditoriale nei servizi di ristorazione continua a rimanere elevato a conferma della sostanziale fragilità del tessuto produttivo del settore, ulteriormente aggravata dalla crisi.

Nel 2015 hanno avviato l'attività poco più di 16mila imprese, mentre circa 27mila l'hanno cessata. Il saldo è negativo per oltre 10mila unità. Un risultato doppiamente negativo perché riguarda un settore che ha sempre fornito, con qualche rarissima eccezione, valori incrementali del tessuto imprenditoriale.

**Fig. 10 - Servizi di ristorazione - movimprese 2015**



Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Infocamere

Consistente è la contrazione delle società di persone dove il saldo negativo tocca quasi le 6.000 unità e delle ditte individuali (-4.725).

Un buon indicatore del grado di dinamicità è rappresentato dal tasso di imprenditorialità costruito come rapporto tra il flusso delle imprese in un determinato arco temporale e lo stock delle imprese. A livello

nazionale il settore ha perso 3,3 imprese ogni 100 attive con una sostanziale omogeneità nelle diverse aree territoriali.

**Tab. 17 - Servizi di ristorazione: saldo delle imprese per forma giuridica**  
(iscritte - cessate, anno 2015)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-19	-772	-194	0	-985
Valle d'Aosta	0	-28	-23	0	-51
Lombardia	-32	-835	-584	14	-1.437
Trentino	8	-84	-85	1	-160
Veneto	-43	-572	-276	0	-891
Friuli V. Giulia	0	-107	-160	12	-255
Liguria	-8	-235	-128	-7	-378
Emilia Romagna	6	-517	-308	-2	-821
Toscana	13	-385	-342	-8	-722
Umbria	-1	-75	-80	-1	-157
Marche	0	-166	-163	-4	-333
Lazio	-208	-459	-514	-16	-1.197
Abruzzo	14	-153	-173	1	-311
Molise	6	-23	-67	-1	-85
Campania	-74	-565	-178	5	-812
Puglia	12	-204	-391	-1	-584
Basilicata	-1	-28	-85	2	-101
Calabria	23	-69	-99	2	-143
Sicilia	-6	-171	-702	4	-875
Sardegna	10	-265	-173	6	-422
Nord Ovest	-59	-1.870	-929	7	-2.851
Nord Est	-29	-1.280	-829	11	-2.127
Centro	-196	-1.085	-1.099	-29	-2.409
Sud e Isole	-16	-1.478	-1.868	18	-3.333
<b>Italia</b>	<b>-300</b>	<b>-5.713</b>	<b>-4.725</b>	<b>7</b>	<b>-10.720</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

Entrando più dettagliatamente nei territori si scopre che in numerose regioni l'indicatore assume valori molto al di sotto del già negativo valore medio. E' il caso della Valle d'Aosta (-4,6%), del Molise (-4,5%) e di Sicilia e Piemonte (-4,2% per entrambi).

**Tab. 18 - Il tasso di imprenditorialità nei servizi di ristorazione**

(saldo/imprese attive – val. % anno 2015)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-1,1	-7,9	-1,6	0,0	-4,2
Valle d'Aosta	0,0	-5,3	-4,6	0,0	-4,6
Lombardia	-0,4	-5,1	-2,4	1,9	-2,9
Trentino	2,0	-3,4	-3,0	1,7	-2,8
Veneto	-1,5	-5,5	-2,2	0,0	-3,4
Friuli V. Giulia	0,0	-4,4	-4,0	20,3	-3,6
Liguria	-0,7	-4,6	-2,2	-7,7	-3,1
Emilia Romagna	0,2	-5,1	-2,7	-1,1	-3,3
Toscana	0,4	-4,4	-3,8	-2,9	-3,3
Umbria	-0,1	-4,0	-4,1	-1,5	-3,4
Marche	0,0	-5,4	-3,9	-4,1	-3,9
Lazio	-1,9	-5,6	-3,3	-3,3	-3,4
Abruzzo	1,2	-5,5	-3,9	1,6	-3,7
Molise	2,8	-5,4	-5,5	-4,8	-4,5
Campania	-1,5	-6,0	-1,1	2,2	-2,7
Puglia	0,5	-5,1	-3,2	-0,6	-3,1
Basilicata	-0,3	-5,4	-4,8	3,1	-3,8
Calabria	2,6	-3,8	-1,3	2,8	-1,4
Sicilia	-0,2	-4,3	-5,2	1,0	-4,2
Sardegna	0,7	-8,0	-3,1	3,0	-4,0
Nord Ovest	-0,5	-5,9	-2,2	0,6	-3,3
Nord Est	-0,4	-5,0	-2,7	2,5	-3,3
Centro	-1,2	-4,9	-3,6	-3,1	-3,4
Sud e Isole	-0,1	-5,6	-3,0	1,5	-3,2
<b>Italia</b>	<b>-0,6</b>	<b>-5,4</b>	<b>-2,8</b>	<b>0,2</b>	<b>-3,3</b>

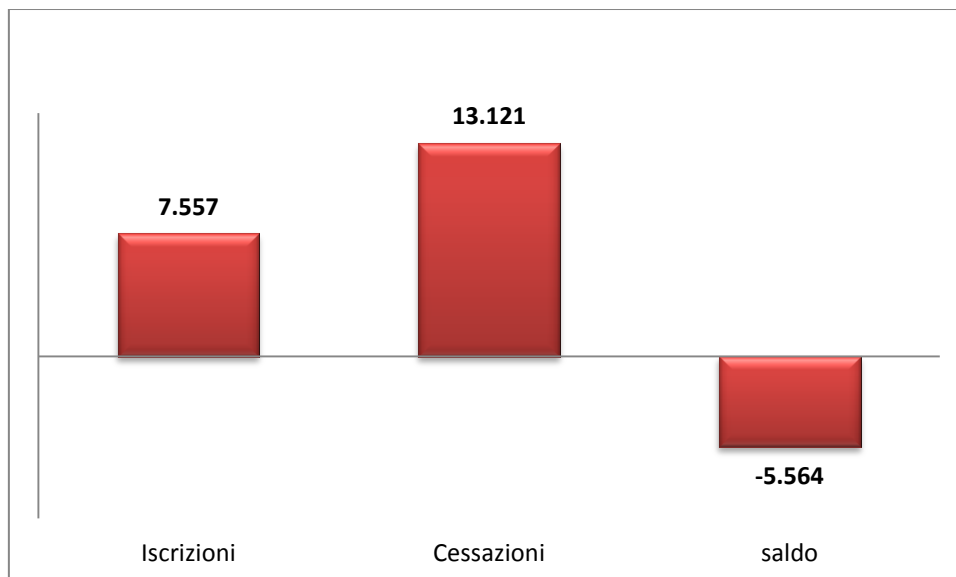
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamera

### 3.2 Il comparto bar

Nel 2015 hanno avviato l'attività 7.557 imprese, mentre poco più di 13mila l'hanno cessata. Il saldo è stato negativo per 5.564 unità.

Un turn over consistente che smentisce i numerosi luoghi comuni che descrivono il bar come un'impresa semplice e di facili guadagni. Se così fosse risulterebbe difficile capire perché mediamente ogni anno circa il 10% delle imprese chiude bottega.

Fig. 11 - Bar e caffè - movimprese 2015



Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Infocamere

L'analisi della natalità e della mortalità per forma giuridica indica che il tessuto imprenditoriale più vivace, ma anche più fragile, è proprio quello delle ditte individuali. E' qui che si annida la quota più consistente di imprese che avviano l'attività ma anche quella delle imprese che la cessano con un risultato di quasi bilanciamento che evidenzia un turn over molto consistente. Il dato fortemente negativo che caratterizza i flussi imprenditoriali collegati alle società di persone meriterebbe maggiori approfondimenti che, tuttavia, non trovano fattori di declinazione nelle informazioni qui disponibili.

Il saldo tra imprese iscritte ed imprese cessate è particolarmente significativo nel nord dove pesano in modo determinante le *performance* negative di Piemonte, Lombardia ed Emilia Romagna. Al sud va segnalato il brutto risultato della Sicilia (-390 imprese).

**Tab. 19 - Bar e altri esercizi simili senza cucina:  
saldo delle imprese per forma giuridica**

(iscritte - cessate, anno 2015)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-8	-419	-106	4	-529
Valle d'Aosta	-1	-15	-6	0	-22
Lombardia	-23	-536	-425	0	-984
Trentino	1	-51	-42	0	-92
Veneto	-34	-341	-157	-3	-535
Friuli V. Giulia	-1	-73	-98	2	-170
Liguria	-13	-115	-68	-4	-200
Emilia Romagna	1	-297	-151	-1	-448
Toscana	-2	-197	-179	-4	-382
Umbria	0	-35	-41	-2	-78
Marche	4	-86	-74	-1	-157
Lazio	-72	-225	-198	-8	-503
Abruzzo	-5	-66	-79	-1	-151
Molise	4	-8	-30	0	-34
Campania	-6	-253	-76	-1	-336
Puglia	4	-78	-199	3	-270
Basilicata	-1	-6	-43	3	-47
Calabria	11	-31	-70	1	-89
Sicilia	0	-67	-280	0	-347
Sardegna	2	-145	-54	7	-190
Nord Ovest	-45	-1.085	-605	0	-1.735
Nord Est	-33	-762	-448	-2	-1.245
Centro	-70	-543	-492	-15	-1.120
Sud e Isole	9	-654	-831	12	-1.464
<b>Italia</b>	<b>-139</b>	<b>-3.044</b>	<b>-2.376</b>	<b>-5</b>	<b>-5.564</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

L'analisi per forma giuridica evidenzia alcune differenze tra Centro-Nord e Mezzogiorno in termini di contributi ai saldi. Al Nord ed al Centro pesano società di capitale e società di persone, al Sud società di persone e ditte individuali.

Il tasso di imprenditorialità è pari a -3,7%. In sostanza nel 2015 lo stock di imprese è diminuito di 3,7 unità ogni 100 imprese attive.

L'analisi per forma giuridica evidenzia la tenuta delle società di capitale (-0,8%), mentre per le ditte individuali e, soprattutto, per le società di persone il 2015 è stato un brutto anno.

**Tab. 20 - Bar e altri esercizi simili senza cucina - tasso di imprenditorialità**  
(saldo/imprese attive – val. % anno 2015)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-1,6	-8,9	-1,9	3,5	-4,8
Valle d'Aosta	-3,4	-6,3	-2,6	0,0	-4,3
Lombardia	-0,8	-6,4	-3,2	0,0	-3,9
Trentino	0,8	-4,2	-3,1	0,0	-3,4
Veneto	-3,9	-6,5	-2,4	-4,1	-4,2
Friuli V. Giulia	-0,4	-6,4	-4,7	6,1	-4,8
Liguria	-3,4	-4,8	-2,5	-9,3	-3,6
Emilia Romagna	0,1	-5,7	-2,8	-1,0	-3,8
Toscana	-0,2	-5,2	-4,6	-3,2	-4,3
Umbria	0,0	-3,9	-4,6	-6,5	-3,7
Marche	1,2	-6,4	-4,2	-2,3	-4,5
Lazio	-1,9	-5,9	-2,6	-4,3	-3,3
Abruzzo	-1,3	-5,6	-3,8	-6,3	-4,1
Molise	4,9	-4,8	-4,8	0,0	-3,9
Campania	-0,3	-5,6	-1,0	-1,2	-2,4
Puglia	0,4	-4,6	-3,5	5,5	-3,2
Basilicata	-0,9	-2,5	-4,4	10,3	-3,4
Calabria	3,8	-4,8	-2,0	5,6	-2,0
Sicilia	0,0	-4,2	-4,9	0,0	-4,2
Sardegna	0,3	-8,2	-2,1	8,4	-3,7
Nord Ovest	-1,1	-6,9	-2,7	0,0	-4,1
Nord Est	-1,4	-6,0	-2,9	-0,8	-4,1
Centro	-1,3	-5,5	-3,5	-3,9	-3,7
Sud e Isole	0,2	-5,5	-2,9	2,9	-3,2
<b>Italia</b>	<b>-0,8</b>	<b>-6,1</b>	<b>-2,9</b>	<b>-0,3</b>	<b>-3,7</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

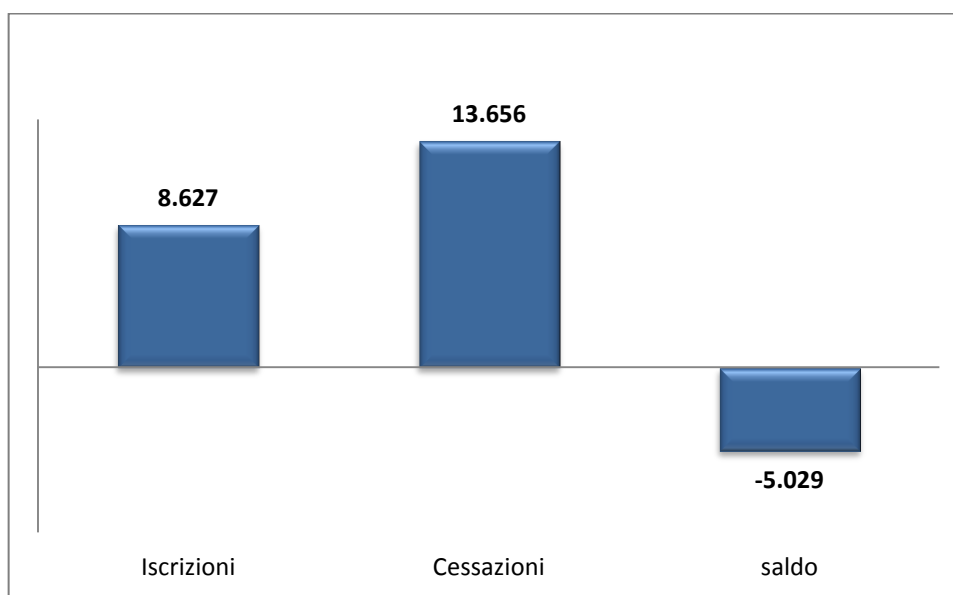
### 3.3 Il comparto ristorazione

Nel 2015 circa novemila imprese di ristorazione hanno avviato l'attività 8.600 imprese e poco più di tredicimila hanno chiuso con un saldo passivo pari a 5.029 unità. La nati-mortalità per forma giuridica evidenzia una situazione critica per tutte le forme giuridiche, con poca differenza tra le ditte individuali e le società di persone. Le regioni più penalizzate sono Lazio, Sicilia, Campania.



Il tasso di imprenditorialità è stato del -2,9%. Le ditte individuali si attestano sul -2,7%, mentre le società di persone presentano tassi sensibilmente più negativi.

**Fig. 12 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile – movimprese 2015**



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

**Tab. 21 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile:  
saldo delle imprese per forma giuridica** (iscritte - cessate, anno 2015)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-8	-346	-88	-3	-445
Valle d'Aosta	1	-13	-17	0	-29
Lombardia	-3	-294	-154	13	-438
Trentino	7	-32	-44	1	-68
Veneto	-9	-233	-117	3	-356
Friuli V. Giulia	2	-31	-59	10	-78
Liguria	7	-118	-59	-1	-171
Emilia Romagna	7	-220	-157	0	-370
Toscana	19	-188	-153	-2	-324
Umbria	2	-39	-39	1	-75
Marche	-3	-80	-88	-3	-174
Lazio	-119	-230	-315	-9	-673
Abruzzo	18	-86	-92	2	-158
Molise	2	-15	-36	-1	-50
Campania	-67	-304	-99	4	-466
Puglia	7	-124	-192	-2	-311
Basilicata	0	-12	-39	-1	-52
Calabria	12	-38	-28	2	-52
Sicilia	-2	-103	-416	5	-516
Sardegna	8	-119	-113	1	-223
Nord Ovest	-3	-771	-318	9	-1.083
Nord Est	7	-516	-377	14	-872
Centro	-101	-537	-595	-13	-1.246
Sud e Isole	-22	-801	-1.015	10	-1.828
<b>Italia</b>	<b>-119</b>	<b>-2.625</b>	<b>-2.305</b>	<b>20</b>	<b>-5.029</b>

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

**Tab. 22 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile - tasso di imprenditorialità**  
(saldo/imprese attive, anno 2015)

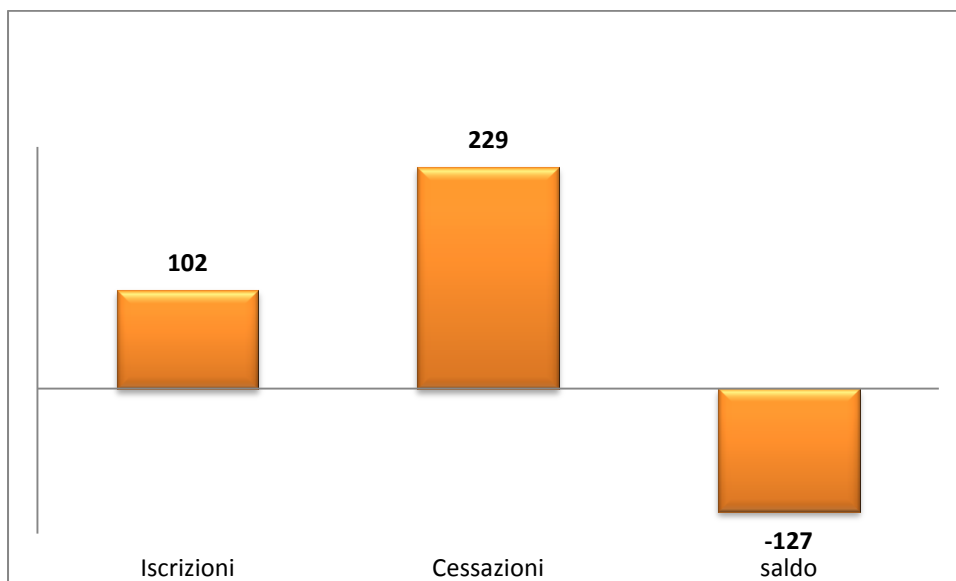
Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-0,7	-6,9	-1,4	-2,8	-3,6
Valle d'Aosta	2,1	-4,6	-6,4	0,0	-4,9
Lombardia	-0,1	-3,8	-1,4	8,0	-1,8
Trentino	2,7	-2,5	-3,0	7,7	-2,3
Veneto	-0,5	-4,5	-2,0	4,6	-2,7
Friuli V. Giulia	0,5	-2,4	-3,1	47,6	-2,2
Liguria	1,0	-4,5	-2,0	-2,3	-2,7
Emilia Romagna	0,3	-4,5	-2,7	0,0	-2,8
Toscana	0,8	-3,8	-3,0	-1,6	-2,6
Umbria	0,4	-3,9	-3,8	4,0	-3,0
Marche	-0,4	-4,7	-3,7	-6,3	-3,5
Lazio	-1,7	-5,3	-4,0	-3,5	-3,5
Abruzzo	2,4	-5,4	-3,8	6,9	-3,3
Molise	1,5	-5,8	-6,2	-20,0	-5,1
Campania	-2,2	-6,4	-1,2	4,3	-2,9
Puglia	0,4	-5,3	-3,0	-2,3	-3,0
Basilicata	0,0	-4,5	-5,0	-4,2	-4,2
Calabria	2,2	-3,3	-0,7	6,3	-0,9
Sicilia	-0,1	-4,3	-5,4	2,1	-4,3
Sardegna	1,0	-7,8	-3,9	1,1	-4,2
Nord Ovest	0,0	-4,9	-1,5	2,9	-2,5
Nord Est	0,1	-4,1	-2,5	8,7	-2,7
Centro	-0,9	-4,5	-3,6	-2,9	-3,2
Sud e Isole	-0,2	-5,6	-3,1	1,7	-3,2
<b>Italia</b>	<b>-0,4</b>	<b>-4,8</b>	<b>-2,7</b>	<b>1,3</b>	<b>-2,9</b>

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

### 3.4 Il comparto mense&catering

Le ridotte dimensioni del settore si riflettono anche sul turn over imprenditoriale. Circa 110 imprese hanno avviato l'attività, 229 l'hanno cessata con un saldo negativo pari a 127 unità. Su questo comparto non c'è molto da dire se non che si caratterizza per una maggiore movimentazione delle società anziché delle ditte individuali. E' la conseguenza della sua stessa struttura imprenditoriale. A livello regionale i contributi maggiori vengono da Lombardia, Lazio, Piemonte, e Campania. Circa due terzi del saldo sono determinati da queste regioni. Il tasso di imprenditorialità è negativo con un valore medio nazionale del -4,1%. Il Centro si attesta sopra la media.

Fig. 13 - Mense e catering - movimprese 2015



Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Infocamere

**Tab. 23 - Fornitura di pasti preparati e altri servizi di ristorazione saldo delle imprese per forma giuridica** (iscritte - cessate, anno 2015)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-3	-7	0	-1	-11
Valle d'Aosta	0	0	0	0	0
Lombardia	-6	-5	-5	1	-15
Trentino	0	-1	1	0	0
Veneto	0	2	-2	0	0
Friuli V. Giulia	-1	-3	-3	0	-7
Liguria	-2	-2	-1	-2	-7
Emilia Romagna	-2	0	0	-1	-3
Toscana	-4	0	-10	-2	-16
Umbria	-3	-1	0	0	-4
Marche	-1	0	-1	0	-2
Lazio	-17	-4	-1	1	-21
Abruzzo	1	-1	-2	0	-2
Molise	0	0	-1	0	-1
Campania	-1	-8	-3	2	-10
Puglia	1	-2	0	-2	-3
Basilicata	0	-2	0	0	-2
Calabria	0	0	-1	-1	-2
Sicilia	-4	-1	-6	-1	-12
Sardegna	0	-1	-6	-2	-9
Nord Ovest	-11	-14	-6	-2	-33
Nord Est	-3	-2	-4	-1	-10
Centro	-25	-5	-12	-1	-43
Sud e Isole	-3	-15	-19	-4	-41
<b>Italia</b>	<b>-42</b>	<b>-36</b>	<b>-41</b>	<b>-8</b>	<b>-127</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

**Tab. 24 - Fornitura di pasti preparati e altri servizi di ristorazione  
tasso di imprenditorialità**  
(saldo/imprese attive, anno 2015)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-6,4	-12,5	0,0	-7,1	-6,1
Valle d'Aosta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lombardia	-2,1	-4,8	-2,9	2,6	-2,5
Trentino	0,0	-4,5	3,8	0,0	0,0
Veneto	0,0	6,3	-5,1	0,0	0,0
Friuli V. Giulia	-10,0	-37,5	-33,3	0,0	-21,9
Liguria	-11,1	-8,7	-4,2	-40,0	-10,0
Emilia Romagna	-3,7	0,0	0,0	-10,0	-2,2
Toscana	-4,7	0,0	-15,2	-7,7	-7,1
Umbria	-15,0	-8,3	0,0	0,0	-7,7
Marche	-5,3	0,0	-7,1	0,0	-3,4
Lazio	-6,9	-9,3	-1,0	2,4	-4,8
Abruzzo	4,0	-7,7	-6,9	0,0	-2,4
Molise	0,0	0,0	-12,5	0,0	-3,8
Campania	-0,7	-9,5	-3,9	3,8	-2,8
Puglia	2,1	-18,2	0,0	-11,1	-2,6
Basilicata	0,0	-40,0	0,0	0,0	-6,7
Calabria	0,0	0,0	-2,7	-4,8	-1,9
Sicilia	-5,7	-2,9	-10,0	-1,9	-5,5
Sardegna	0,0	-4,3	-16,7	-9,5	-8,1
Nord Ovest	-3,1	-7,5	-2,3	-3,4	-3,9
Nord Est	-2,2	-2,2	-3,4	-2,4	-2,6
Centro	-6,7	-4,2	-6,2	-1,2	-5,6
Sud e Isole	-0,8	-8,1	-6,5	-1,9	-3,9
<b>Italia</b>	<b>-3,4</b>	<b>-6,2</b>	<b>-4,7</b>	<b>-2,0</b>	<b>-4,1</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

### 3.5 Il periodo gennaio-settembre 2016

Nei primi nove mesi del 2016 hanno avviato l'attività 12.199 imprese mentre 19.509 l'hanno cessata determinando un saldo negativo pari a 7.310 unità.

**Tab. 25 - Servizi di ristorazione**  
(Imprese iscritte e cessate gen.-sett. 2016)

<b>Regione</b>	<b>Iscritte</b>	<b>Cessate</b>	<b>Saldo</b>
Piemonte	1.038	1.802	-764
Valle d'Aosta	43	65	-22
Lombardia	2.097	2.984	-887
Trentino	200	344	-144
Veneto	921	1.620	-699
Friuli V. Giulia	292	449	-157
Liguria	454	742	-288
Emilia Romagna	994	1.566	-572
Toscana	826	1.269	-443
Umbria	129	268	-139
Marche	286	510	-224
Lazio	874	1.686	-812
Abruzzo	299	481	-182
Molise	79	118	-39
Campania	1.325	1.980	-655
Puglia	779	1.145	-366
Basilicata	115	149	-34
Calabria	504	646	-142
Sicilia	618	1.183	-565
Sardegna	326	502	-176
<b>Italia</b>	<b>12.199</b>	<b>19.509</b>	<b>-7.310</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

## Approfondimento 2

### Evoluzione dei pe nei centri storici

Tra Bar e ristoranti sono un punto di forza dell'identità e dell'attrattività dei centri storici. Lo sono nei riguardi dei residenti e lo sono, soprattutto, nei riguardi dei turisti.

La ristorazione e, più in generale, il cibo sono decisivi per il successo della destinazione e per la soddisfazione dei turisti. Bar e ristoranti occupano addirittura le primissime posizioni nella graduatoria dei servizi che soddisfano maggiormente i turisti durante il soggiorno.

Ma anche le piazze hanno un ruolo di primo piano nel giudizio dei turisti e questo la dice lunga su quanto sia importante l'Italia dei centri storici e dei borghi.

Purtroppo da qualche anno assistiamo ad un processo di pericolosa dequalificazione dell'offerta commerciale nei centri storici che oltre ad abbassare i livelli di qualità della vita dei cittadini rischia di depotenziare la forza competitiva dell'Italia nel mercato turistico internazionale.

Sono trasformazioni che snaturano e dequalificano le funzioni dei centri storici con la conseguente perdita dei valori sociali, culturali, storici e turistici, di cui sono da sempre espressione.

Minimarket per la vendita esclusiva o prevalente di alcolici ed esercizi take away senza alcuna identità sostituiscono attività che hanno nel servizio il proprio punto di forza. Oggi sono in molti a pensare che sia necessario correre ai ripari con misure urgenti e coraggiose anche se spesso non facilmente applicabili per via della complessità delle situazioni che si devono affrontare.

L'analisi indica con chiarezza i cambiamenti che stanno intervenendo nel tessuto commerciale dei nostri centri storici. Limitatamente alle attività di ristorazione dobbiamo registrare una vera e propria esplosione di take away.

Il lavoro svolto da Fipe e Unioncamere-SiCamera non si è limitato a contare il numero degli esercizi ma ha cercato di capire cosa stesse accadendo sia nella dimensione qualitativa per capire quali esercizi si stessero insediando e sia nella dimensione spaziale per capire dove quegli esercizi si stessero insediando.

L'analisi è stata effettuata sullo stock di quattro tipologie di esercizi (ristorazione con servizio, ristorazione senza servizio, gelaterie/pasticcerie e bar) in un periodo che va dal 2008 a metà 2016.

Per 21 comuni italiani di medie e grandi dimensioni (dove risiedono 10 milioni di persone, il 16,2% della popolazione italiana e sono attive 48mila imprese del settore, pari al 17,6% del totale) è stata analizzata l'evoluzione degli esercizi distinguendo tra centro storico (CS) e resto del territorio urbano (NCS).

Il primo dato che emerge è che la rete dei pubblici esercizi continua ad espandersi. Nel periodo considerato l'aumento è stato dell'8,1% pari in valore assoluto a +20.184 imprese.

Unico dato in controtendenza i bar che calano del 3,9% a fronte del +35% dei take away.

Osservando la dinamica all'interno del tessuto urbano si nota il rafforzamento della crescita di take away (+41,6%) nei centri storici ed il contemporaneo maggior calo del bar (-9,5%) a fronte del -3,9% nazionale.

Risulta evidente la forza moltiplicativa, all'interno dei centri storici, di attività a basso contenuto di servizio che, oltre ad abbassare la qualità turistico-commerciale, producono effetti di contesto sempre meno sostenibili.



Tab. Macro-trend sulla demografia d'impresa

	n. imprese		2016/2008	
	2008	2016	var. ass.	var. %
ristorazione con servizio	88.260	103.804	15.544	17,6
ristorazione take away	23.894	32.261	8.367	35,0
gelaterie e pasticcerie	11.927	13.134	1.207	10,1
bar	126.378	121.444	- 4.934	-3,9
<b>Italia</b>	<b>250.459</b>	<b>270.643</b>	<b>20.184</b>	<b>8,1</b>

Fonte: indagine Fipe, Unioncamere-SiCamera

Tab. Centri storici (CS) vs. altro (NCS)

	CS			NCS		
	2016	2016/2008		2016	2016/2008	
	n.	var. ass.	var. %	n.	var. ass.	var. %
ristorazione con servizio	6.178	1.244	25,2	12.779	3.325	35,2
ristorazione take away	1.528	449	41,6	4.670	1.244	36,3
gelaterie e pasticcerie	505	83	19,7	1.569	185	13,4
bar	5.317	-560	-9,5	15.189	-972	-6,0
<b>Italia</b>	<b>6.178</b>	<b>1.244</b>	<b>25,2</b>	<b>12.779</b>	<b>3.325</b>	<b>35,2</b>

Fonte: indagine Fipe, Unioncamere-SiCamera

In conclusione si possono affermare tre cose:

I pubblici esercizi e più in generale le attività di ristorazione confermano il trend di crescita. Fanno eccezione i bar.

Crescono soprattutto le attività senza servizio. Il fenomeno è particolarmente intenso nei centri storici delle città più grandi

Diverse cause. Dal lato della domanda il cambiamento degli stili di vita e degli stili alimentari con la forte destrutturazione dei pasti (non si mangia più solo a colazione, pranzo e cena). Dal lato dell'offerta il mutato equilibrio tra costi ed opportunità nel fare impresa in questo settore. Conviene fare locali piccoli perché le locazioni sono diventate insostenibili, gli oneri di gestione anche (si pensi alla Tari pagata in base alla superficie e con coefficienti di un mondo che non c'è più), conviene fare locali senza servizio perché non hanno bisogno di spazi e non hanno bisogno di personale.

I risultati, sul piano sociale ed ambientale, stanno nelle esternalità negative che questi esercizi scarnificati producono

L'intento e la volontà non è verso una chiusura nei riguardi della presenza di nuovi modelli d'offerta ma per ogni attività è necessario il rispetto del principio della sostenibilità, con locali adeguati che non producano solo esternalità negative.



# 4

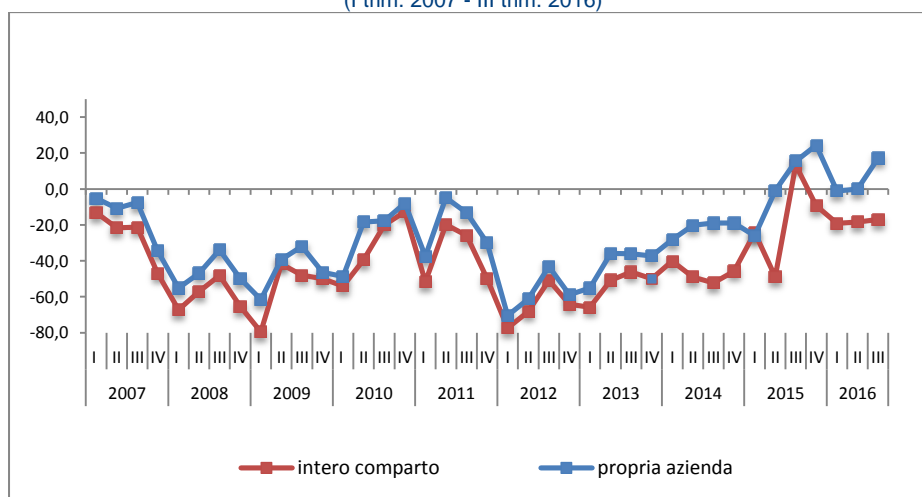
## LE PERFORMANCE ECONOMICHE



## 4.2 La congiuntura secondo l'osservatorio Fipe

La percezione dei ristoratori verso un miglioramento del quadro congiunturale del settore nel terzo trimestre 2016 si traduce in un segno positivo dei saldi. Il maggiore ottimismo riguarda le performance delle singole imprese, mentre per l'intero settore permane un sentiment negativa. Il saldo grezzo delle risposte relative alle performance aziendali migliora di 2 punti passando da +15,5 del III trimestre 2015 a +17,1 del III trimestre 2016, mentre quello relativo all'intero settore perde circa 30 punti.

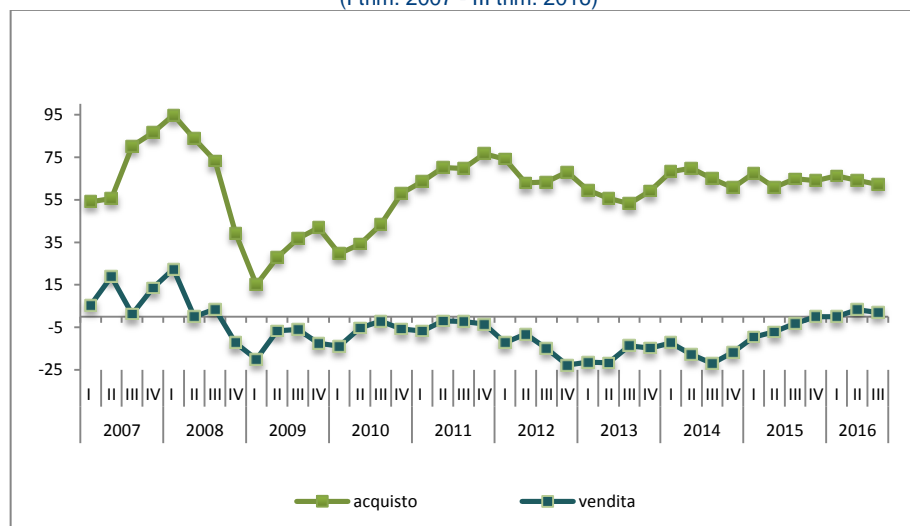
**Fig. 13 - Fatturato - saldi grezzi delle variazioni**  
(I trim. 2007 - III trim. 2016)



Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Il miglioramento della congiuntura sembra riflettersi anche sui listini. I prezzi di vendita vengono segnalati in leggero rialzo sia sul trimestre precedente sia rispetto ad un anno fa, mentre i costi di approvvigionamento continuano ad essere considerati stabili.

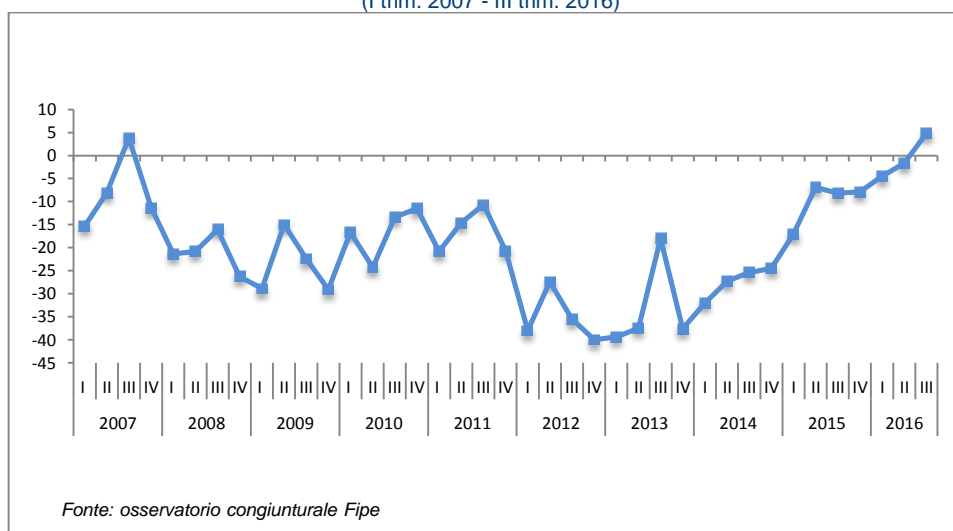
**Fig. 14 - I prezzi - saldi grezzi delle variazioni**  
(I trim. 2007 - III trim. 2016)



Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Le valutazioni sui flussi di clientela sono in miglioramento rispetto al trimestre precedente ma perdono qualche punto se confrontate con lo stesso periodo del 2015.

**Fig. 15 - Occupazione - saldi grezzi delle variazioni**  
(I trim. 2007 - III trim. 2016)



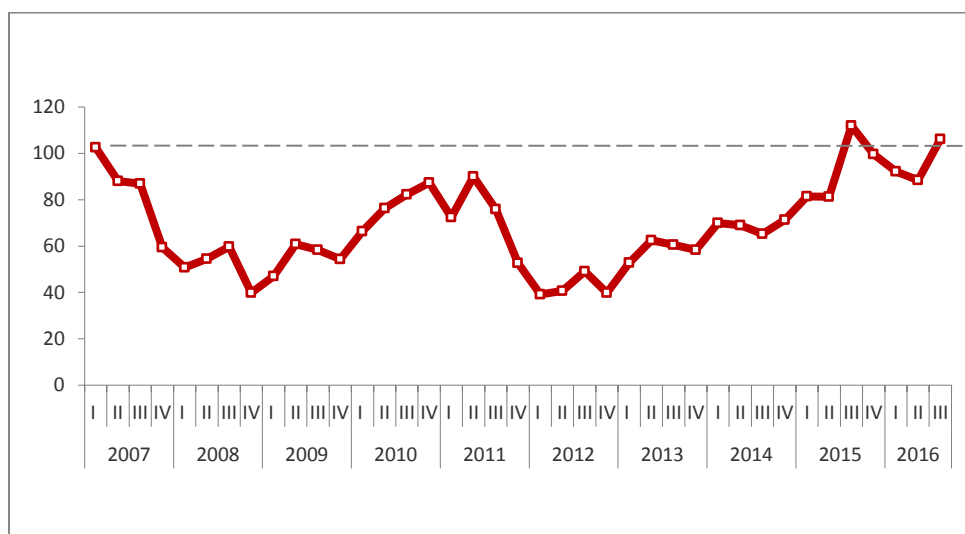
Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Le valutazioni sulla dinamica dell'occupazione risentono del miglioramento del clima generale.

Il saldo registra finalmente un segno positivo, non accadeva dal 2007, e migliora di 13 punti rispetto al terzo trimestre del 2015.

Fig. 16 - Il clima di fiducia



Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Le aspettative per l'ultimo trimestre dell'anno risentono del miglioramento del quadro congiunturale sia riguardo alle performance economiche che all'occupazione. Tuttavia, per quest'ultimo indicatore non si attendono nel breve termine ulteriori miglioramenti.

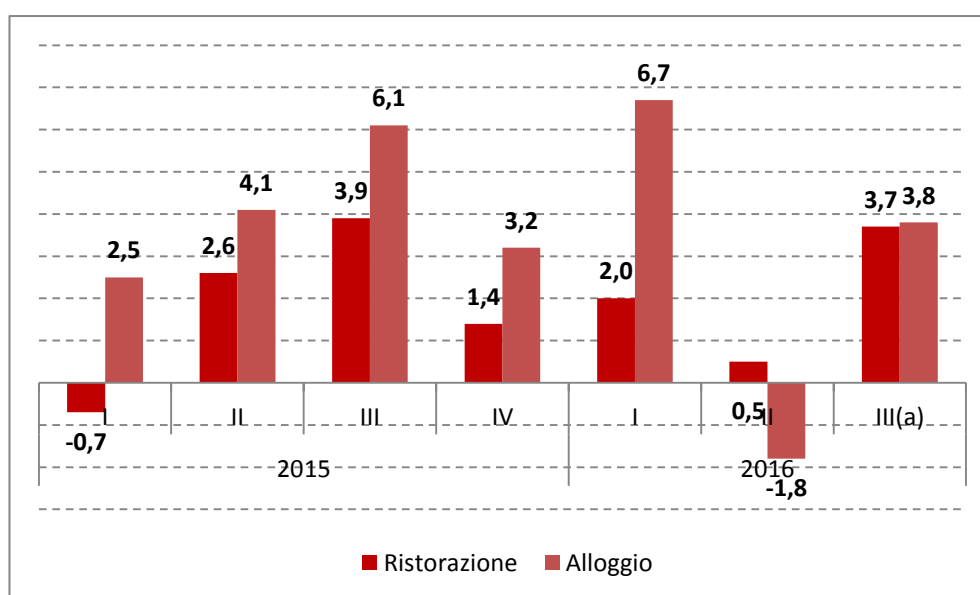
Nel terzo trimestre 2016 il clima di fiducia cresce di 18 punti percentuali rispetto al trimestre precedente ma è leggermente inferiore a un anno fa.

## 4.1 Il Fatturato delle imprese di ristorazione

Nel terzo trimestre del 2016 l'indice del fatturato (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) delle imprese che erogano servizi di ristorazione (bar, ristoranti, mense) è stato pari a 102,1 segnando una variazione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente del 3,7%. Un risultato che rafforza la modesta performance dei primi sei mesi dell'anno portando a +2,1% l'incremento nominale nel periodo gen.-set. 2016 / gen.-set. 2015.

Più favorevole la congiuntura per le imprese ricettive per le quali l'incremento del fatturato nei primi nove mesi dell'anno è stato del 2,5% da attribuire quasi totalmente ad una crescita delle quantità considerando una dinamica inflattiva nulla.

**Fig. 17 - Fatturato dei servizi - Attività dei servizi di ristorazione**  
(variazioni tendenziali percentuali)



Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Istat

### 4.3 Il valore aggiunto<sup>2</sup>

Il valore aggiunto dei servizi di ristorazione è stato nel 2015 di circa 36miliardi di euro. Dall'avvio della crisi la ricchezza prodotta dalle imprese del settore ha assunto un profilo dapprima di stagnazione ed in seguito di contrazione. Tra il 2011 ed il 2013 la contrazione è stata di cinque punti percentuali ma negli ultimi due anni, secondo una nostra stima, si è potuto invertire il trend riportando il valore aggiunto di poco al di sotto dei livelli pre-crisi.

**Fig. 18 - La dinamica del valore aggiunto della ristorazione**  
(N.I. 2008=100)



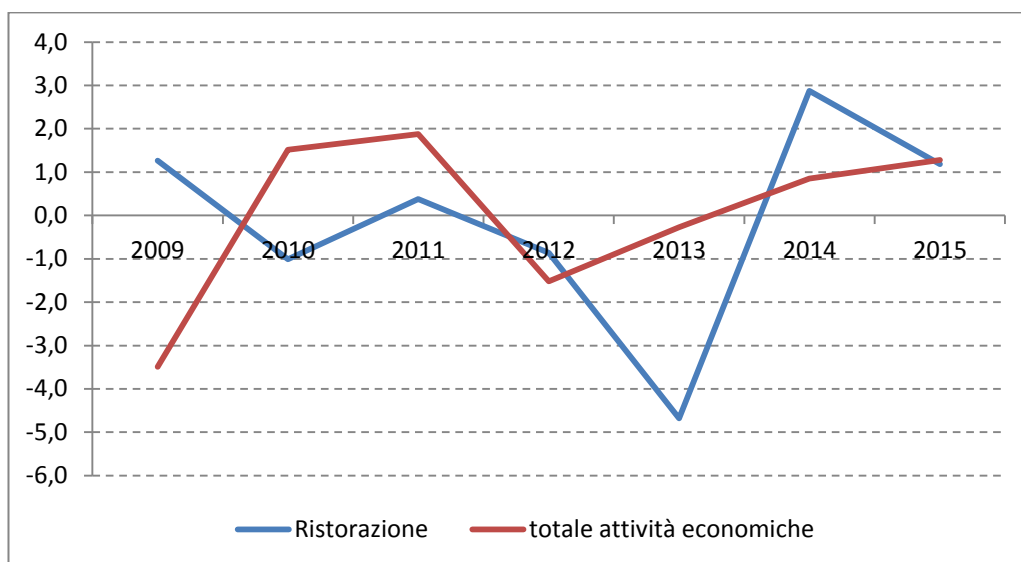
Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

L'impatto della crisi sulle performance del settore della ristorazione è avvenuto con un certo ritardo ma ha dispiegato i propri effetti negativi nel biennio 2012-2013 quando ha cumulato, come abbiamo visto, una contrazione di oltre il 5% a cui ha particolarmente contribuito proprio il risultato del 2013.

<sup>2</sup> I dati presentati in questo paragrafo come in quello sull'occupazione sono stimati perché nel nuovo SEC 2010 i valori diffusi riguardano l'aggregato "alberghi e pubblici esercizi"



**Fig. 19 - Trend del valore aggiunto**  
(valori concatenati - a.r. 2010)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

## 4.4 L'occupazione

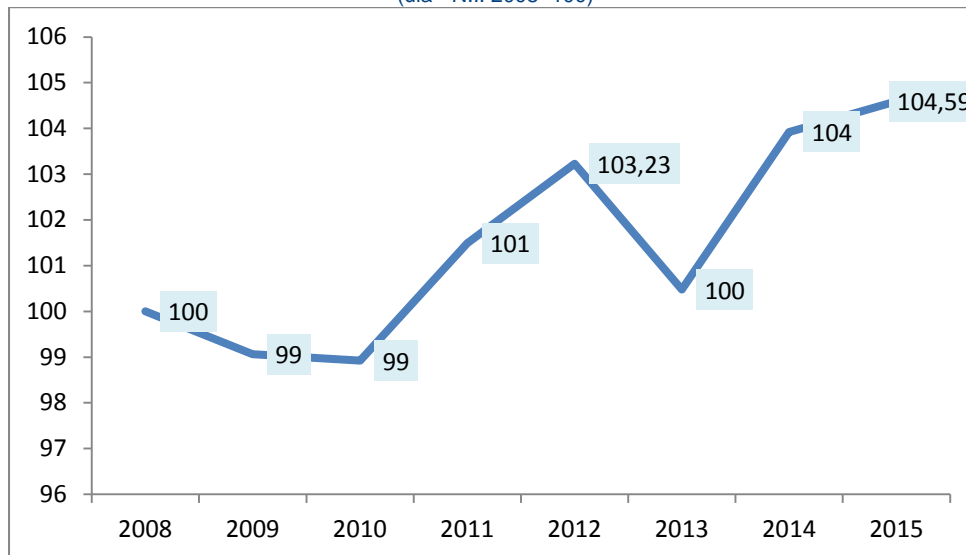
### 4.4.1 Le unità di lavoro

L'input di lavoro, misurato in unità di lavoro standard, del settore dei pubblici esercizi conta oltre un milione di unità. D'altra parte il lavoro resta la componente essenziale per la produzione dei servizi di ristorazione.

L'input di lavoro del 2015 è superiore dello 0,6% rispetto all'anno precedente.

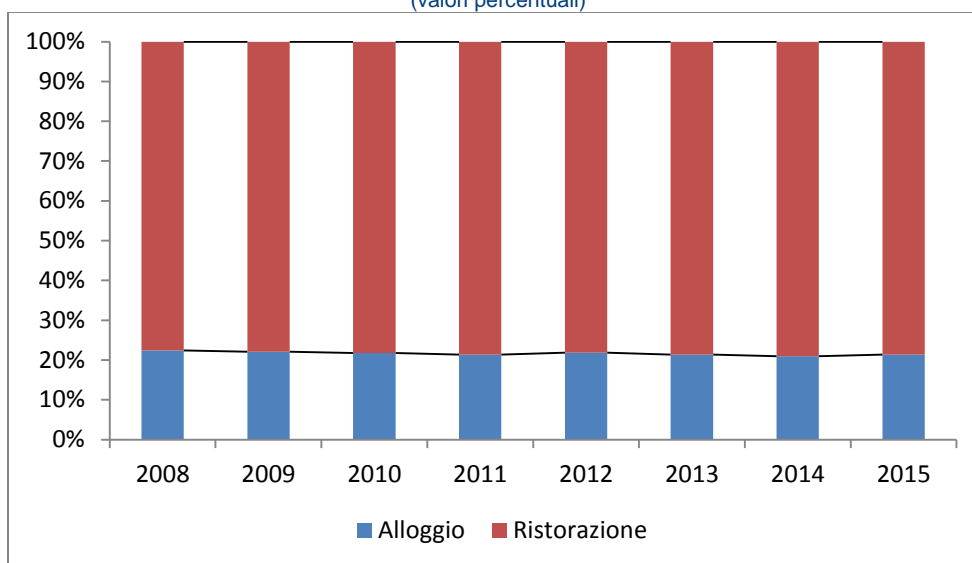
L'80% dell'input di lavoro dell'intero settore "Alberghi e pubblici esercizi" è impiegato nelle imprese della ristorazione. Un dato in crescita nel corso di questi ultimi anni.

**Fig. 20 - Dinamica dell'occupazione**  
(ula - N.I. 2008=100)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

**Fig. 21 - Unità di lavoro: incidenza per comparto**  
(valori percentuali)

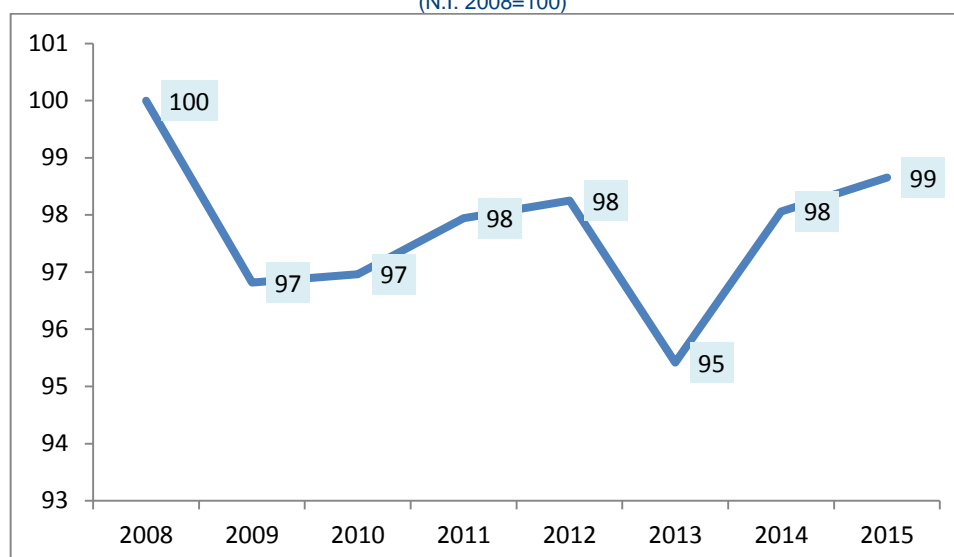


Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

L'input di lavoro misurato in termini di ore lavorate fornisce un immediato riscontro dell'impatto della crisi sul settore. Rispetto a sei

anni fa il settore ha assorbito circa l'1% in meno del fabbisogno delle ore complessivamente lavorate.

**Fig. 22 - Trend delle ore lavorate**  
(N.I. 2008=100)

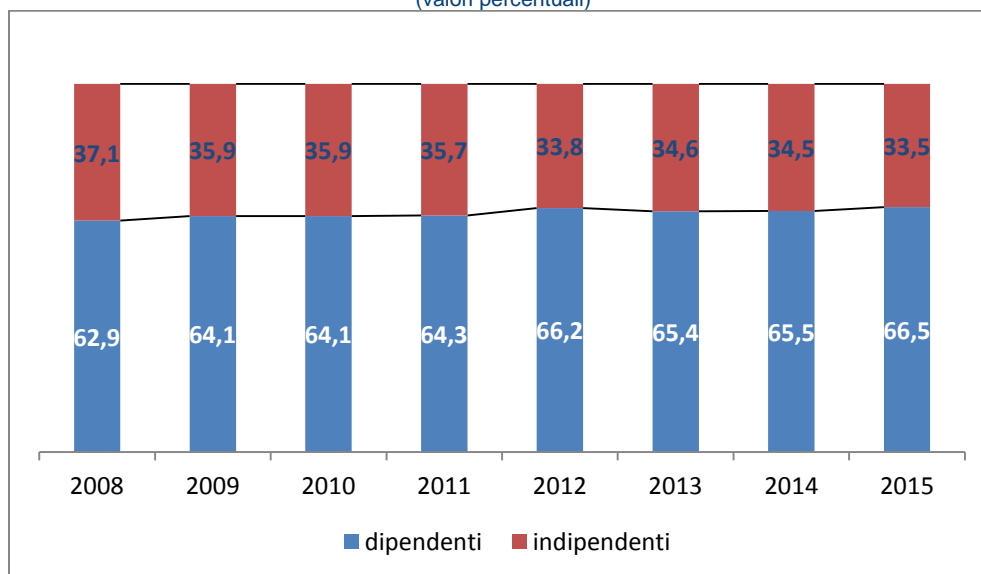


Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

La crisi ha avuto, come abbiamo visto in altra parte di questo rapporto, un significativo impatto sul turnover imprenditoriale. Le conseguenze si rintracciano anche nell'apporto del lavoro indipendente che in questi anni si è sensibilmente ridimensionato, quantomeno nel numero delle unità. Attualmente i lavoratori indipendenti sono il 33,5% del totale, nel 2008 erano il 37,1%.

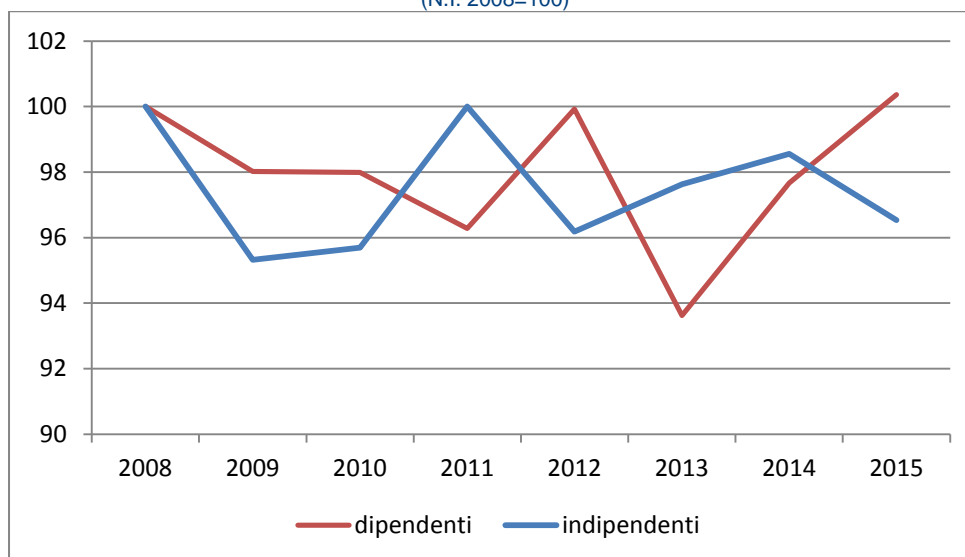
Tuttavia, la dinamica delle ore lavorate offre una diversa prospettiva della fenomenologia del lavoro mettendo in evidenza proprio una maggiore riduzione delle ore lavorate tra i lavoratori dipendenti. E' noto, infatti, come sia mediamente maggiore la quantità di lavoro prestata da un lavoratore indipendente rispetto ad un lavoratore dipendente.

**Fig. 23 - Occupati: peso del lavoro dipendente e indipendente sul totale**  
(valori percentuali)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

**Fig. 24 - Dinamica delle ore lavorate per posizione nella professione**  
(N.I. 2008=100)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

#### 4.4.2 L'occupazione dipendente nei pubblici esercizi

I dati provenienti dagli archivi dell'Inps permettono di contabilizzare il numero dei lavoratori dipendenti. Nel 2015 i pubblici esercizi hanno impiegato, in media d'anno, 687.362 persone, l'86% dei quali con mansioni operative. Non trascurabile il numero degli apprendisti pari a oltre 52mila unità.

**Tab. 26 - Pubblici esercizi - Lavoratori dipendenti per comparto** (anno 2015)

	val. assoluti	val. %	n. dipendenti per azienda
Bar	203.992	29,0	3,1
Mense e catering	71.300	10,1	51,6
Fornitura di pasti preparati	35.899	5,1	8,8
Ristoranti	376.171	53,5	5,6
<b>Totale</b>	<b>687.362</b>	<b>100</b>	<b>5,0</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati inps

**Tab. 27 - Pubblici esercizi - Lavoratori dipendenti per qualifica** (anno 2015)

	val. assoluti	val. %
Apprendisti	52.838	7,7
Dirigenti	304	0,0
Impiegati	35.409	5,2
Operai	597.004	86,9
Quadri	1.793	0,3
Altro	14	0,0
<b>Totale</b>	<b>687.362</b>	<b>100</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati inps

Il 39% dei dipendenti risultava assunto con orario di lavoro a tempo pieno, mentre la forma di part time più diffusa è quella di tipo orizzontale.

**Tab. 28 - Pubblici esercizi - Lavoratori dipendenti per tipologia di contratto**  
(anno 2015)

	val. assoluti	val. %
Full time	257.130	37,4
Part time	430.232	62,6
<i>Part time Misto</i>	34.490	8,0
<i>Part time Orizzontale</i>	380.706	88,5
<i>Part time Verticale</i>	15.036	3,5
<b>Totale</b>	<b>687.362</b>	<b>100</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati inps

L'utilizzo di contratti a tempo indeterminato è molto diffuso nel comparto dei pubblici esercizi (76,4%), mentre il ricorso al lavoro stagionale risulta marginale (5,3%).

**Tab. 29 - Pubblici esercizi - Lavoratori dipendenti per tipologia di contratto**  
(anno 2015)

	val. assoluti	val. %
Tempo Indeterminato	525.313	76,4
Tempo Determinato	125.332	18,2
Stagionali	36.717	5,3
<b>Totale</b>	<b>687.362</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati inps

Il lavoro nei pubblici esercizi è prevalentemente femminile, circa sei dipendenti su dieci sono donne. Nel corso degli anni la presenza degli stranieri è cresciuta non soltanto tra gli imprenditori ma anche e soprattutto tra i lavoratori dipendenti la cui quota sul totale si attesta intorno al 25%.

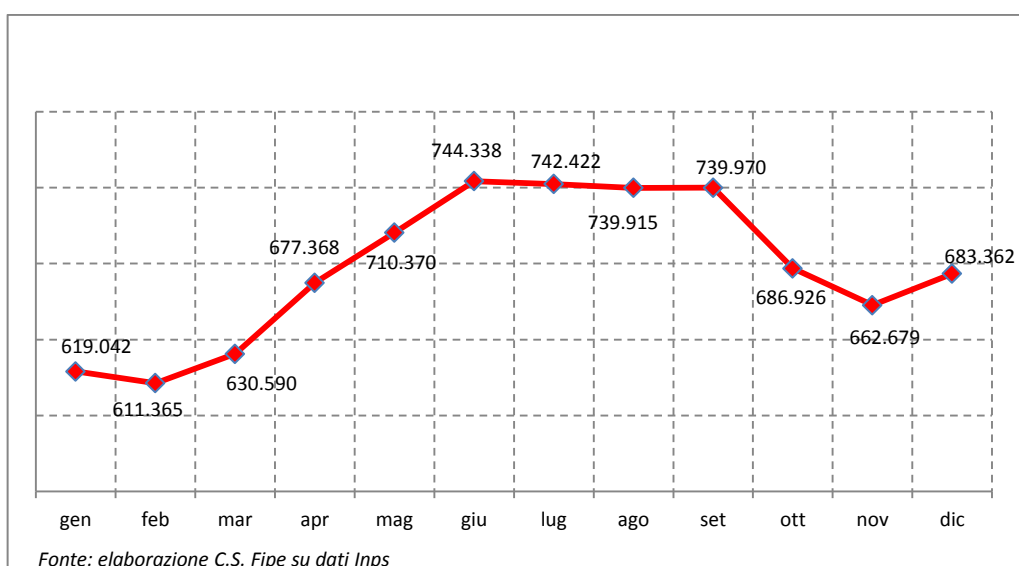
**Tab. 30 - Pubblici esercizi - Lavoratori dipendenti per nazionalità e sesso**  
(anno 2015)

		val. assoluti	val. %
<b>Nazionalità</b>	Italiano	516.583	75,2
	Straniero	170.780	24,8
<b>Sesso</b>	Femmina	369.323	53,7
	Maschio	318.039	46,3
<b>Totale</b>		<b>687.362</b>	<b>100</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati inps

L'attività dei pubblici esercizi ha una significativa componente stagionale che può essere rintracciata attraverso la dinamica mensile dell'occupazione. Nei mesi estivi l'occupazione aumenta fino all'8% rispetto al livello medio annuo (in bar e ristoranti si arriva a superare l'11%), non solo per la presenza di una significativa quota di imprese stagionali ma anche per l'intensificarsi dell'attività nelle stesse imprese che operano a carattere annuale.

**Fig. 25 - Pubblici esercizi - Lavoratori dipendenti in Italia**  
(valori mensili - anno 2015)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati inps

### Approfondimento 3

#### L'uso dei voucher nei pubblici esercizi

In questi anni la dimensione del lavoro accessorio è notevolmente cresciuta. Nel giro di sette anni, tra il 2008 ed il 2015, sono passati da meno di mezzo milione a circa 88 milioni. Un balzo straordinario che alcuni interpretano come una spia della precarizzazione dei rapporti di lavoro ed altri come una risposta a quel bisogno di flessibilità che i sistemi produttivi attuali richiedono, in particolare in alcuni settori.

I settori del turismo e del commercio hanno assorbito il 40% del totale dei voucher riscossi nel 2015. Alberghi e pubblici esercizi da soli ne hanno riscossi poco meno del 27% pari in valore assoluto ad oltre 23 milioni di voucher.

**Tab. I voucher utilizzati per settore di attività – anno 2015**

<b>1. Primario</b>	1.585.902
<b>2. Industria e terziario. Aziende private con dipendenti</b>	
Estrazione di minerali	40.246
Attività manifatturiere	10.798.721
Energia, gas, acqua	32.789
Costruzioni	2.153.756
Commercio	11.248.768
Alberghi e ristoranti	23.441.169
Trasporti, comunicazione	2.013.785
Attività finanziarie	302.284
Servizi alle imprese, informatica	6.740.426
Istruzione	1.247.980
Sanità ed assistenza sociale	2.732.195
Altri servizi sociali e personali	3.863.294
Servizi alle famiglie	1.820.903
<b>3. Industria e terziario. Artigiani e commercianti senza dipendenti</b>	4.819.516
<b>4. Altri soggetti non ulteriormente identificati.</b>	
- Persone giuridiche	10.115.029
- Persone fisiche	5.025.038
<b>Totale complessivo</b>	<b>87.981.801</b>

Fonte: elab. su dati Inps

Si tratta di uno strumento che serve a sostituire forme di lavoro più stabili? Un buon indizio che farebbe propendere per una risposta negativa alla domanda possiamo rintracciarlo nella dinamica positiva dell'occupazione in un periodo peraltro non particolarmente brillante per le sorti della nostra economia.

Tra le imprese del turismo i pubblici esercizi sono quelli che hanno maggiormente fatto ricorso all'utilizzo dei voucher. Anche in questo caso il dato non deve sorprendere dal momento che l'82% di tutte le aziende del turismo sono pubblici esercizi con una quota di dipendenti pari al 73% del totale. A livello territoriale il dato di maggior interesse è rappresentato dal numero dei voucher per azienda. A fronte di una media che per il comparto dei pubblici esercizi è di 303 unità, in Lombardia si sale a 412 ed in Calabria si scende a 164. Nel Mezzogiorno sono i pubblici esercizi sardi a ricorrere maggiormente ai voucher.



Tab. Occupati dipendenti nelle imprese del turismo - valori medi annui

anno	occupati
2010	926.230
2011	954.850
2012	998.027
2013	957.299
2014	951.426
2015	963.771
<b>tasso medio annuo</b>	<b>+ 0,8</b>

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

Tab. Pubblici esercizi che hanno acquistato voucher per regione (anno 2015)

Regione	n. aziende che hanno acquistato voucher	n. voucher acquistati	voucher acquistati per azienda
Piemonte	4.653	1.383.212	297
Valle d'Aosta	432	74.484	172
Lombardia	8.397	3.456.483	412
Trentino	2.989	698.666	234
Veneto	1.588	393.740	248
Friuli V. Giulia	2.512	826.956	329
Liguria	7.366	2.240.537	304
Emilia Romagna	6.942	2.440.529	352
Toscana	5.586	1.362.276	244
Umbria	2.773	827.016	298
Marche	1.099	291.367	265
Lazio	2.619	745.538	285
Abruzzo	1.991	432.564	217
Molise	474	90.458	191
Campania	2.398	597.135	249
Puglia	4.713	1.338.216	284
Basilicata	728	190.850	262
Calabria	1.116	183.360	164
Sicilia	2.004	574.946	287
Sardegna	2.275	806.909	355
<b>Italia</b>	<b>62.655</b>	<b>18.955.242</b>	<b>303</b>

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

A livello di comparto spiccano bar e ristoranti ma anche in questo caso è la numerica delle imprese a fare la differenza. Dal punto di vista relativo vanno invece evidenziati i comparti delle mense e delle discoteche dove il numero dei voucher acquistati per azienda è superiore al doppio della media.

Tab. Imprese\* che hanno acquistato voucher per comparto (anno 2015)

Regione	n. aziende che hanno acquistato voucher	n. voucher acquistati	voucher acquistati per azienda
bar	26.488	6.174.684	233
discoteche	375	260.839	696
mense e catering	379	276.599	730
fornitura di pasti preparati	1.854	807.128	435
ristoranti	31.552	10.998.932	349
stabilimenti balneari	2.007	437.060	218
<b>Totale PE</b>	<b>62.655</b>	<b>18.955.242</b>	<b>303</b>
<b>Totale turismo</b>	<b>73.678</b>	<b>24.030.777</b>	<b>326</b>

(\*) imprese con dipendenti

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

Gli stabilimenti balneari, al contrario, non sembrano particolarmente orientati all'uso dei voucher. Nel 2015 le aziende hanno acquistato in media **218** voucher pro-capite.

**Diciannove milioni di voucher** corrispondono a **diciannove milioni di ore di lavoro** ossia più o meno all'attività di circa **9.600 lavoratori a tempo pieno (ula)**. Se confrontiamo questo dato con le **620 mila ula dipendenti** impiegate nel 2015 dal settore risulta difficile sostenere che il lavoro accessorio abbia rappresentato l'alternativa ad altre forme di rapporto di lavoro. In termini di costo del lavoro i voucher valgono l'1,1% del totale.

Più verosimilmente dobbiamo ritenere, pur senza escludere in modo aprioristico eccessi o abusi, che in alcuni settori il voucher è uno strumento che coniuga le esigenze di flessibilità delle imprese con quelle di contrasto al fenomeno del lavoro irregolare.

A ciò si deve aggiungere che i percettori di voucher non sono in genere lavoratori esclusivi. Un'analisi effettuata dall'INPS su dati del 2014 ha evidenziato come su circa un milione di percettori, 400mila erano privi di altra posizione (categoria che include gli studenti impiegati nell'agricoltura), 281mila erano attivi anche come lavoratori dipendenti, 168mila erano percettori di indennità di disoccupazione o mobilità e 97mila risultavano pensionati.

L'uso dei voucher, dunque, riguarda in maggioranza studenti, pensionati e lavoratori in regime di ammortizzatori sociali per i quali costituisce una interessante modalità di integrazione del reddito.

Possiamo concludere che il contrasto di eccessi ed abusi non può far perdere di vista l'utilità di uno strumento che sta funzionando non solo per le imprese ma anche per chi ha bisogno di reddito.

## 4.5 La produttività

Il tema produttività è sempre di più all'ordine del giorno del dibattito sulle prospettive economiche del nostro Paese. Ad essa sono agganciate tante variabili a cominciare dalla remunerazione del fattore lavoro attraverso la contrattazione.

L'Italia sconta una duplice criticità:

1. un valore assoluto della produttività mediamente inferiore a quelli dei nostri principali competitor;
2. un tasso di crescita della produttività in sostanziale stagnazione da circa un decennio.

Dentro questo contesto lo stato della ristorazione appare ancor più problematico. Fatto cento il valore aggiunto per unità di lavoro riferito all'intera economia, alberghi e ristoranti si attestano al 64, ovvero il 36% al di sotto del valore medio. Un dato che sorprende solo parzialmente in considerazione del fatto che siamo in presenza di comparti, in particolare la ristorazione, ad alta intensità di lavoro.

**Tab. 31 - Valore aggiunto per unità di lavoro – anno 2015**

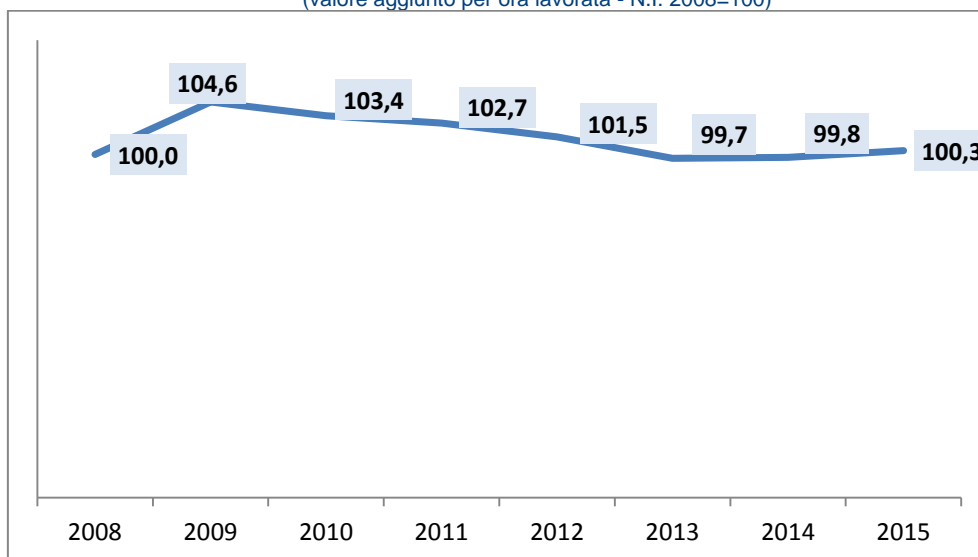
(valori assoluti e N.I. totale economia=100)

	in euro	(N.I. Totale=100)
Agricoltura, silvicoltura e pesca	26.782	43
Industria manifatturiera	69.351	110
Costruzioni	46.873	75
Servizi	63.978	102
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli; trasporto e magazzinaggio; servizi di alloggio e di ristorazione	52.280	83
Servizi di alloggio e di ristorazione	40.129	64
Attività finanziarie e assicurative	139.408	222
Attività professionali, scientifiche e tecniche; amministrazione e servizi di supporto	51.970	83
Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria; istruzione; sanità e assistenza sociale	56.049	89
Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento; riparazione di beni per la casa e altri servizi	20.971	33
<b>Totale Economia</b>	<b>62.801</b>	<b>100</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

La produttività delle imprese della ristorazione non soltanto è bassa, ma anziché crescere si riduce. Attualmente è al di sotto di quattro punti percentuali rispetto al livello raggiunto nel 2009.

**Fig. 26 - Dinamica della produttività nella ristorazione**  
(valore aggiunto per ora lavorata - N.I. 2008=100)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

La dinamica della quantità di lavoro utilizzato dal settore negli anni della crisi non ha affatto favorito il miglioramento della produttività con la conseguenza che la remunerazione del lavoro e del capitale si fa sempre più problematica.

Sotto questo profilo la ristorazione dovrà imboccare con decisione la strada di un forte recupero di produttività che passi per una maggiore razionalizzazione della rete di offerta o per un cambiamento verso un modello a minor contenuto di servizio e dunque di lavoro.

Questa seconda ipotesi, considerando i tanti punti di forza del nostro modello, sembra contenere molte criticità. Riconvertire la ristorazione italiana fondata su un elevato ed indiscutibile livello di servizio e su una spiccata segmentazione del prodotto secondo lo schema mutuato dal modello anglosassone (modello duale: pochi ristoranti di fascia

elevata, moltissimi ristoranti low price) non sembra una strada vantaggiosa per il sistema Paese alla luce dell'importante ruolo che il settore riveste sia nell'ambito della filiera agroalimentare che nell'economia turistica.

Si tratta, allora, di individuare processi interni che conducano ad una maggiore efficienza del sistema e che investono gli approvvigionamenti delle materie prime, l'utilizzo delle risorse umane, il marketing, le tecniche di vendita e, elemento da non trascurare, l'uso della tecnologia.

Resta sullo sfondo, tuttavia, la necessità di una efficiente razionalizzazione delle rete.

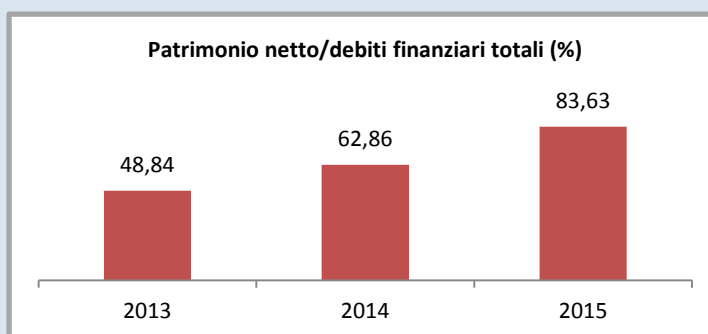
## Approfondimento 4

### Le performance delle grandi imprese della ristorazione commerciale

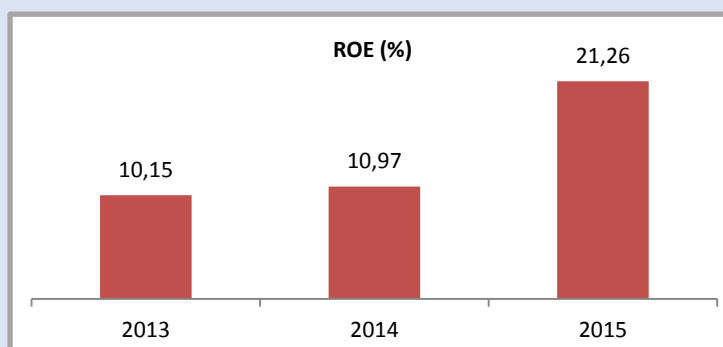
L'analisi della serie storica dei bilanci delle grandi imprese della ristorazione sia nelle componenti dello stato patrimoniale che in quelle del conto economico permettono di raccogliere alcune interessanti indicazioni su come il mercato della ristorazione ha reagito alla pesante congiuntura sfavorevole che ha interessato l'economia negli ultimi anni.

Per ragioni interpretative è opportuno sottolineare che gli indicatori presentati in questo approfondimento sono ottenuti aggregando (bilancio somma) i dati di bilancio delle aziende specializzate del settore (tutte le aziende con fatturato specifico > 60%) che risultano attive in tutti gli esercizi a partire dal 2012.

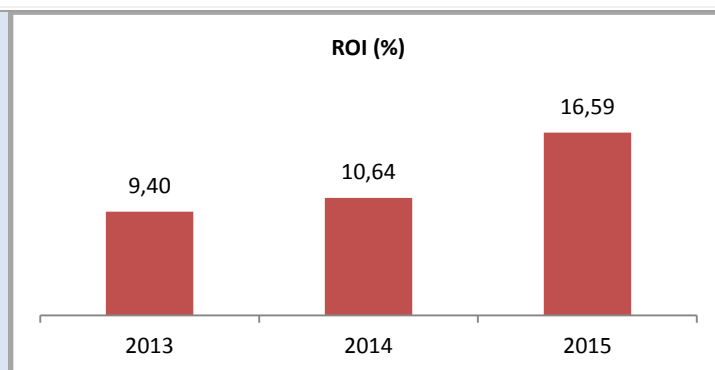
Il primo dato incoraggiante riguarda il miglioramento del rapporto tra patrimonio e debiti. Nel giro di tre anni l'incidenza è salita di 35 punti percentuali arrivando all'84%.



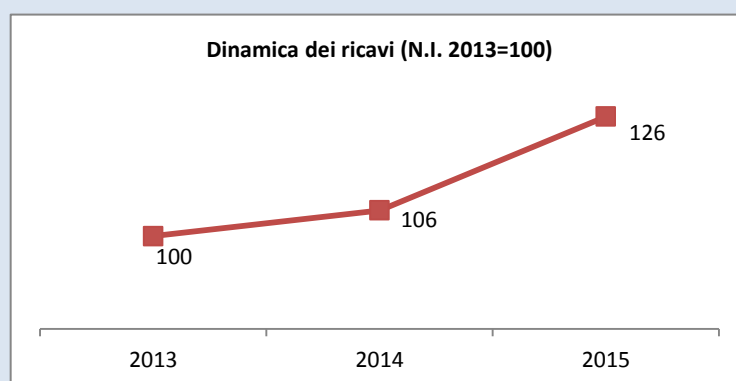
L'indice di redditività del capitale proprio (ROE) è stato costantemente al di sopra del 10% superando addirittura la soglia del 20% nel 2015. Il benchmark di riferimento per questo indicatore è costituito dal rendimento di investimenti ritenuti sicuri come possono essere i titoli di Stato.



L'indice di redditività del capitale investito (ROI) che indica la redditività e l'efficienza economica della gestione caratteristica a prescindere dalle fonti finanziarie utilizzate è arrivato nel 2015 al 17%. In questo caso il benchmark è costituito dal costo del denaro che come è noto in questi ultimi anni è stato piuttosto basso.

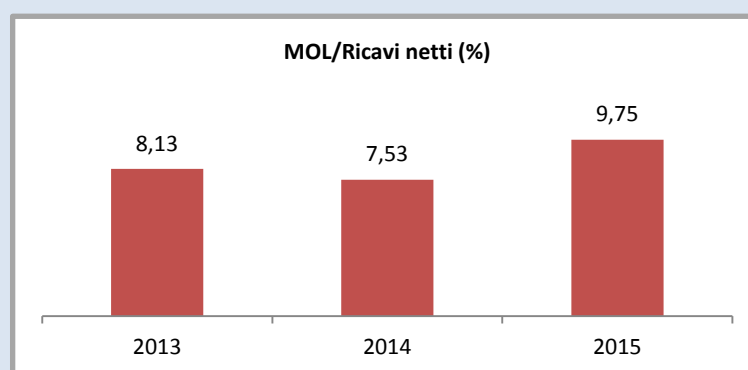


Passando in rassegna i principali indicatori del conto economico si rileva per prima cosa un incremento dei ricavi del 26% nell'arco dei tre anni considerati. Il balzo diventa significativo proprio nel corso del 2015 con un aumento di venti punti percentuali.



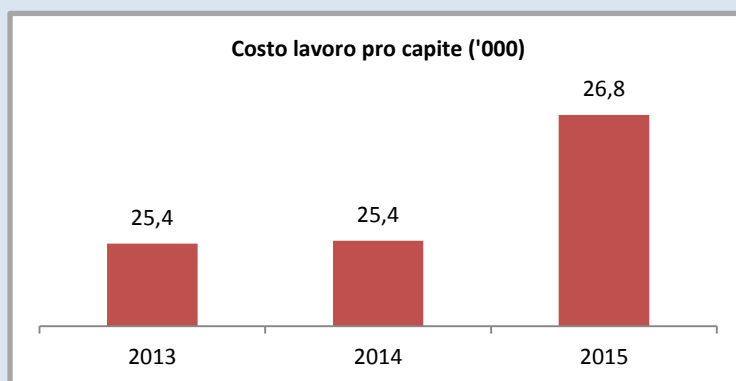
Dal punto di vista relativo i ricavi salgono a poco meno di 100 mila euro per addetto in presenza di una crescita del 15% del numero medio dei dipendenti.

L'incidenza del margine operativo lordo sui ricavi sfiora nel 2015 il 10% dopo una flessione di circa un punto percentuale tra il 2013 ed il 2014.

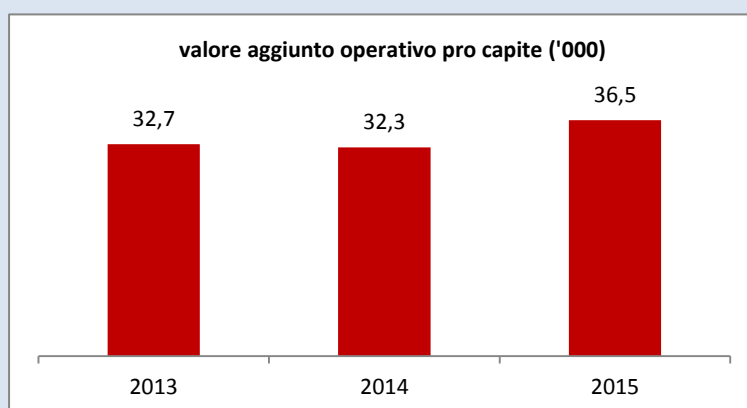


Un dato particolarmente interessante è costituito dalla dinamica del costo del lavoro che sale nel 2015 a

poco meno di 27 mila euro per addetto quasi sicuramente per effetti di miglioramenti retributivi di carattere aziendale.



In termini di produttività si registra un miglioramento significativo considerando che il valore aggiunto pro capite aumenta dell'11% arrivando ad oltre 36 mila euro. Tra il 2013 ed il 2014 è rimasto sostanzialmente stabile.



In conclusione i dati dei bilanci mettono in evidenza un sostanziale miglioramento degli indicatori di redditività e produttività delle grandi imprese della ristorazione commerciale che si è andato consolidando principalmente nel corso del 2015. Occorrerà attendere i dati del 2016 per verificare se si è trattato di un mero aggiustamento congiunturale o se, invece, si sta aprendo una fase più stabile di crescita.



## 4.6 La dinamica dei prezzi nei pubblici esercizi

A ottobre 2016 i prezzi dei servizi di ristorazione commerciale (bar, ristoranti, pizzerie, ecc.) fanno registrare una variazione dello 0,1% rispetto al mese precedente e dell'1,0% rispetto allo stesso mese di un anno fa. Per la ristorazione collettiva l'incremento invece è del 2,0%. L'inflazione acquisita per l'anno in corso si attesta rispettivamente sull'1,0% e sul 2,2%, mentre per l'intero settore sul +1,2%. La caffetteria al bar continua a mantenere un profilo inflazionistico al di sotto dell'1%.

**Tab. 32 - Prezzi al consumo per l'intera collettività**  
(variazioni %)

	ott. 16 ott. 15	ott. 16 set. 16	<i>Inflazione acquisita</i>
Ristorazione commerciale	1,0	0,1	1,0
Ristorazione collettiva	2,0	0,1	2,2
<b>Totale ristorazione</b>	<b>1,2</b>	<b>0,1</b>	<b>1,2</b>

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

**Fig. 27 - Servizi di ristorazione**  
(var% sullo stesso mese dell'anno precedente)

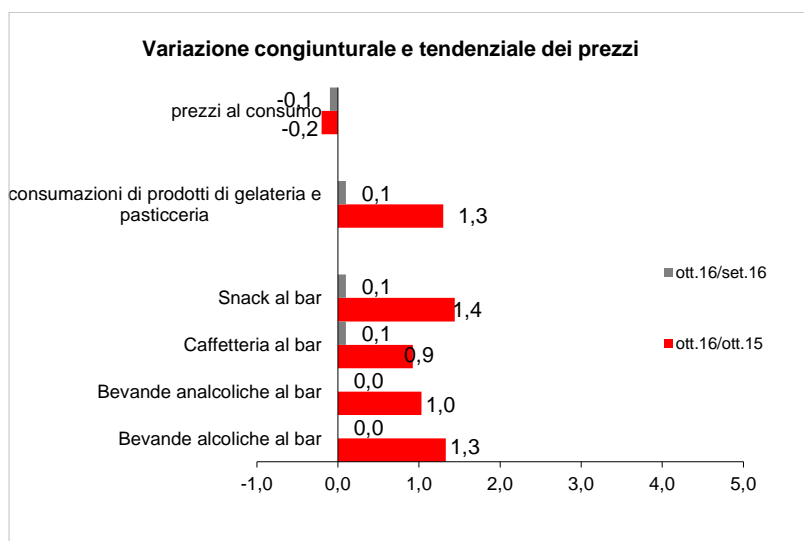


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

#### 4.6.1 Il canale bar

La recente variazione tendenziale della caffetteria è dello 0,9%. Più vivace, al contrario, la dinamica dei prezzi dei prodotti di gelateria e pasticceria e delle bevande alcoliche (+1,3% per entrambi) e degli snack (+1,4%).

**Fig. 28 - Variazione congiunturale e tendenziale dei prezzi**

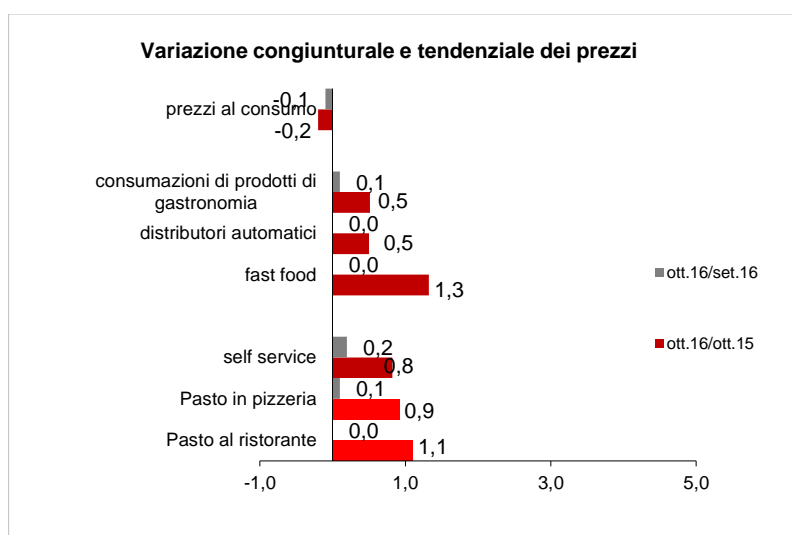


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

#### 4.6.2 Il canale ristorazione

Ristoranti tradizionali e pizzerie registrano aumenti sul 2015 rispettivamente dell' +1,1% e dello 0,9%. La ristorazione veloce registra incrementi dei listini leggermente più consistenti (+1,3%).

Fig. 29 - Variazione congiunturale e tendenziale dei prezzi



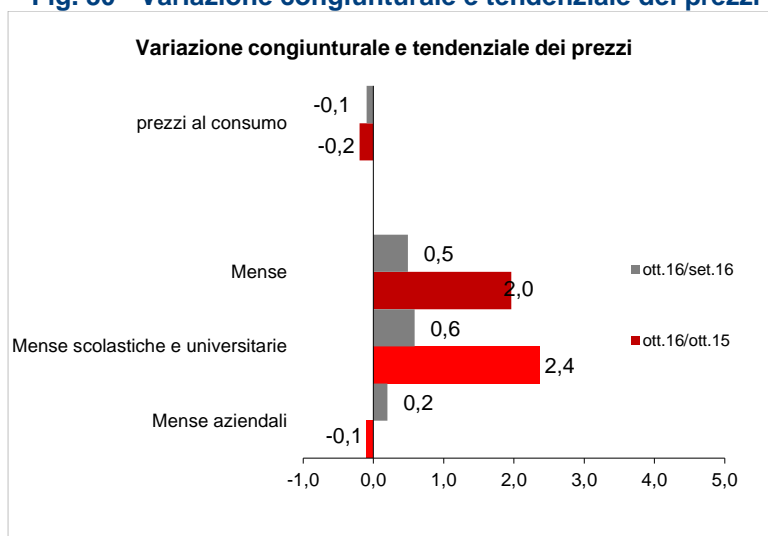
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

#### 4.6.3 Il canale ristorazione collettiva

I prezzi delle mense<sup>3</sup> mostrano una variazione tendenziale consistente (+2,0% rispetto a ottobre 2015) dovuta ai sensibili ritocchi dei prezzi delle mense scolastiche ed universitarie effettuati in corso d'anno (+2,4% rispetto ad un anno fa). Da segnalare la variazione negativa dei prezzi nelle mense aziendali.

<sup>3</sup> Quota a carico delle famiglie

**Fig. 30 - Variazione congiunturale e tendenziale dei prezzi**

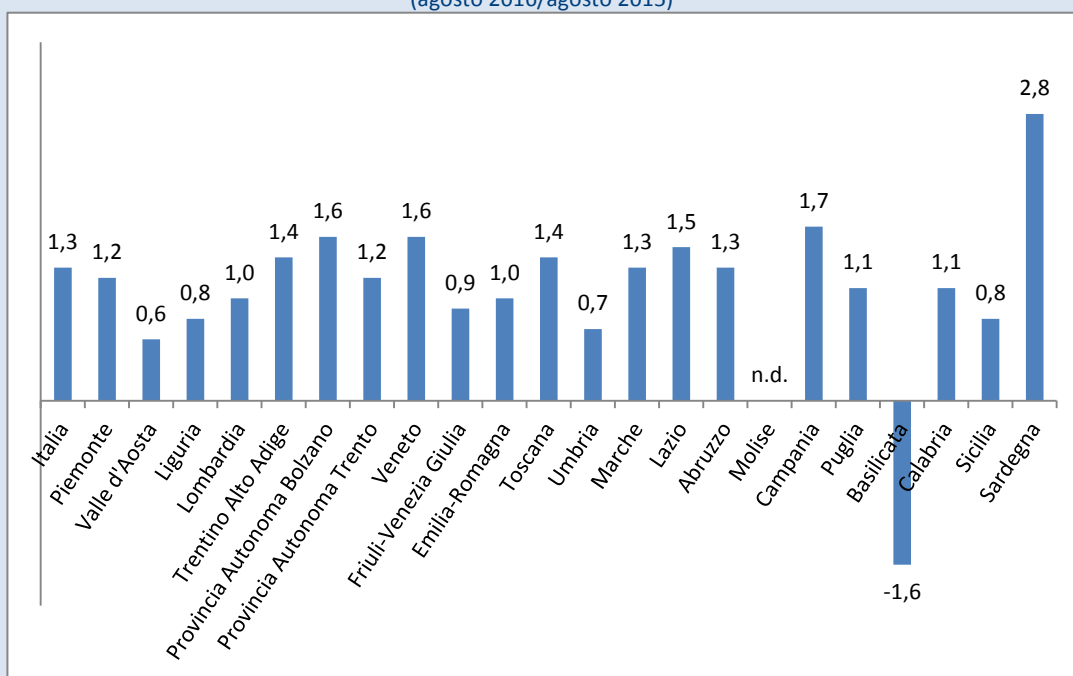


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

## Approfondimento 5 Dinamica dei prezzi per regione

A fronte di un incremento medio tendenziale dell'1,3%, i prezzi dei servizi di ristorazione presentano nel mese di agosto 2016 una significativa variabilità territoriale in una forchetta compresa tra il -1,6% della Calabria ed il +2,8% della Sardegna. Le variazioni più robuste, ma sempre nell'ambito di valori sostenibili, si rilevano nelle regioni del nord dove la dinamica dei prezzi viene alimentata da una domanda più solida.

**Fig. A1 - Servizi di ristorazione - variazione tendenziale dei prezzi**  
(agosto 2016/agosto 2015)



(\*) Dato non disponibile

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

#### 4.6.4 Il livello dei prezzi

I prezzi di punta della ristorazione possono offrire una panoramica del diverso livello di costo del servizio da nord a sud della penisola. Nelle tabelle che seguono vengono riportati i prezzi medi rilevati nei capoluoghi di provincia che rientrano nel piano di rilevazione dei prezzi al consumo per:

- ☚ caffè;
- ☚ cappuccino;
- ☚ panino;
- ☚ pasto in pizzeria.

**Tab. 33 - Il prezzo della tazzina di caffè al bar**  
(valori medi in euro– novembre 2016)

Capoluogo di provincia	Valori in euro	Capoluogo di provincia	Valori in euro	Capoluogo di provincia	Valori in euro
Alessandria	1,10	Livorno	1,10	Trento	1,10
Ancona	1,00	Lodi	1,10	Treviso	1,10
Aosta	1,10	Mantova	1,10	Udine	1,10
Arezzo	1,00	Messina	0,80	Varese	1,00
Ascoli Piceno	1,00	Milano	1,10	Venezia	1,10
Bari	0,90	Modena	1,10	Verbania - Cuneo - Ossola	1,00
Belluno	1,10	Napoli	0,90	Vercelli	1,00
Bergamo	0,90	Novara	1,00	Verona	1,10
Biella	1,00	Padova	1,20	Vicenza	1,10
Bologna	1,00	Palermo	1,00		
Bolzano	1,10	Parma	1,00		
Brescia	1,30	Perugia	1,00		
Cagliari	1,05	Piacenza	1,10		
Catanzaro	0,80	Pistoia	1,00		
Como	1,00	Ravenna	1,10		
Cremona	1,10	Reggio Calabria	0,90		
Cuneo	1,10	Reggio Emilia	1,10		
Ferrara	1,10	Rimini	1,10		
Firenze	1,10	Roma	1,00		
Genova	1,10	Sassari	1,10		
Gorizia	1,10	Siracusa	0,90		
Grosseto	1,00	Terni	1,00		
Lecco	1,00	Torino	1,10		

Fonte: Osservatorio Prezzi su dati Istat

**Tab. 34 - Il prezzo del cappuccino al bar**  
(valori medi in euro– novembre 2016)

Capoluogo di provincia	Valori in euro	Capoluogo di provincia	Valori in euro
Alessandria	1,40	Napoli	1,50
Ancona	1,50	Novara	1,30
Aosta	1,50	Padova	1,50
Arezzo	1,30	Palermo	1,80
Ascoli Piceno	1,30	Parma	1,50
Bari	1,40	Perugia	1,20
Belluno	1,50	Piacenza	1,50
Bergamo	1,10	Pistoia	1,30
Biella	1,80	Ravenna	1,60
Bologna	1,30	Reggio Calabria	1,40
Bolzano	1,50	Reggio Emilia	1,60
Brescia	1,90	Rimini	1,50
Cagliari	1,45	Roma	1,50
Catanzaro	1,20	Sassari	1,20
Como	1,40	Siracusa	1,60
Cremona	1,50	Terni	1,30
Cuneo	1,30	Torino	1,70
Ferrara	1,40	Trento	1,50
Firenze	1,30	Trieste	1,50
Genova	1,30	Udine	1,60
Gorizia	1,60	Varese	1,50
Grosseto	1,30	Venezia	1,50
Lecco	1,50	Verbania - Cusio - Ossola	1,50
Livorno	1,40	Vercelli	1,30
Lodi	1,50	Verona	1,50
Mantova	1,60	Vicenza	1,60
Messina	1,50		
Milano	1,50		
Modena	1,60		

Fonte: Osservatorio Prezzi su dati Istat

**Tab. 35 - Il prezzo del panino al bar**  
(valori medi in euro– novembre 2016)

Capoluogo di provincia	Valori in euro	Capoluogo di provincia	Valori in euro
Alessandria	4,50	Novara	4,00
Ancona	3,00	Padova	4,30
Aosta	5,00	Palermo	4,50
Arezzo	2,00	Parma	4,20
Ascoli Piceno	3,50	Perugia	3,50
Bari	3,50	Piacenza	3,50
Belluno	4,00	Pistoia	2,50
Bergamo	3,20	Pordenone	5,50
Bologna	4,50	Ravenna	4,20
Bolzano	4,00	Reggio Calabria	3,50
Brescia	4,00	Reggio Emilia	5,00
Cagliari	4,00	Rimini	6,50
Catanzaro	3,70	Roma	3,80
Cremona	3,50	Sassari	3,50
Cuneo	4,50	Siracusa	3,70
Ferrara	3,50	Terni	1,60
Firenze	3,80	Torino	3,50
Genova	4,00	Trento	4,00
Gorizia	5,00	Treviso	4,00
Grosseto	2,80	Trieste	5,00
Lecco	5,00	Udine	5,00
Livorno	4,50	Varese	4,60
Lodi	5,00	Venezia	4,00
Mantova	3,00	Verbania - Cusio - Ossola	4,00
Messina	7,00	Vercelli	3,50
Milano	4,00	Verona	4,50
Modena	4,00	Vicenza	4,50
Napoli	5,00		

Fonte: Osservatorio Prezzi su dati Istat



**Tab. 36 - Il prezzo del pasto<sup>4</sup> in pizzeria**  
(valori medi in euro – ottobre 2016)

Capoluogo di provincia	Valori in euro	Capoluogo di provincia	Valori in euro
Alessandria	9,50	Napoli	11,30
Aosta	11,50	Novara	11,30
Ascoli Piceno	10,00	Padova	13,50
Bari	13,00	Palermo	10,00
Belluno	8,60	Parma	11,00
Bergamo	11,50	Pescara	8,90
Biella	12,00	Pistoia	10,00
Bologna	11,00	Pordenone	11,00
Bolzano	11,50	Ravenna	10,50
Brescia	11,00	Reggio Emilia	15,00
Cagliari	10,50	Rimini	10,00
Catanzaro	10,00	Roma	19,00
Como	11,00	Rovigo	8,50
Cremona	11,00	Sassari	12,00
Cuneo	13,50	Siracusa	10,50
Ferrara	12,50	Terni	12,50
Firenze	12,00	Torino	13,50
Genova	11,20	Treviso	9,45
Gorizia	10,00	Trieste	8,41
Grosseto	12,00	Udine	9,50
Livorno	12,00	Varese	12,20
Mantova	12,00	Venezia	16,50
Messina	15,00	Verbania - Cusio - Ossola	10,00
Milano	13,00	Vercelli	8,50
Modena	12,00	Verona	10,00

Fonte: Osservatorio Prezzi su dati Istat

<sup>4</sup> Pizza + bibita

### Approfondimento 6 La tazzina dell'espresso al bar in 15 anni di euro

In questi ultimi giorni è stata dedicata grande attenzione alla variazione dei prezzi nei quindici anni che intercorrono dall'introduzione dell'euro, nel passaggio dalla lira all'euro.

Prodotti di punta del consumo alimentare fuori casa, quali sono la pizza e la tazzina di caffè al bar, sono diventati i bersagli principali della denuncia di aumenti straordinari ed ingiustificati.

Eppure un'attenta rilevazione dei dati porta a conclusioni assai diverse. Nel 2002 la rilevazione del prezzo della tazzina di caffè al bar effettuata sui listini dei bar in diverse città campione forniva un prezzo medio di 1.533 lire che convertite in euro davano 0,79.

I prezzi rilevati dall'Istat a novembre 2016 sulle stesse città (mancano solo i dati di Pesaro, Pescara e Vibo Valentia) indicano un valore medio di 0,98 euro.

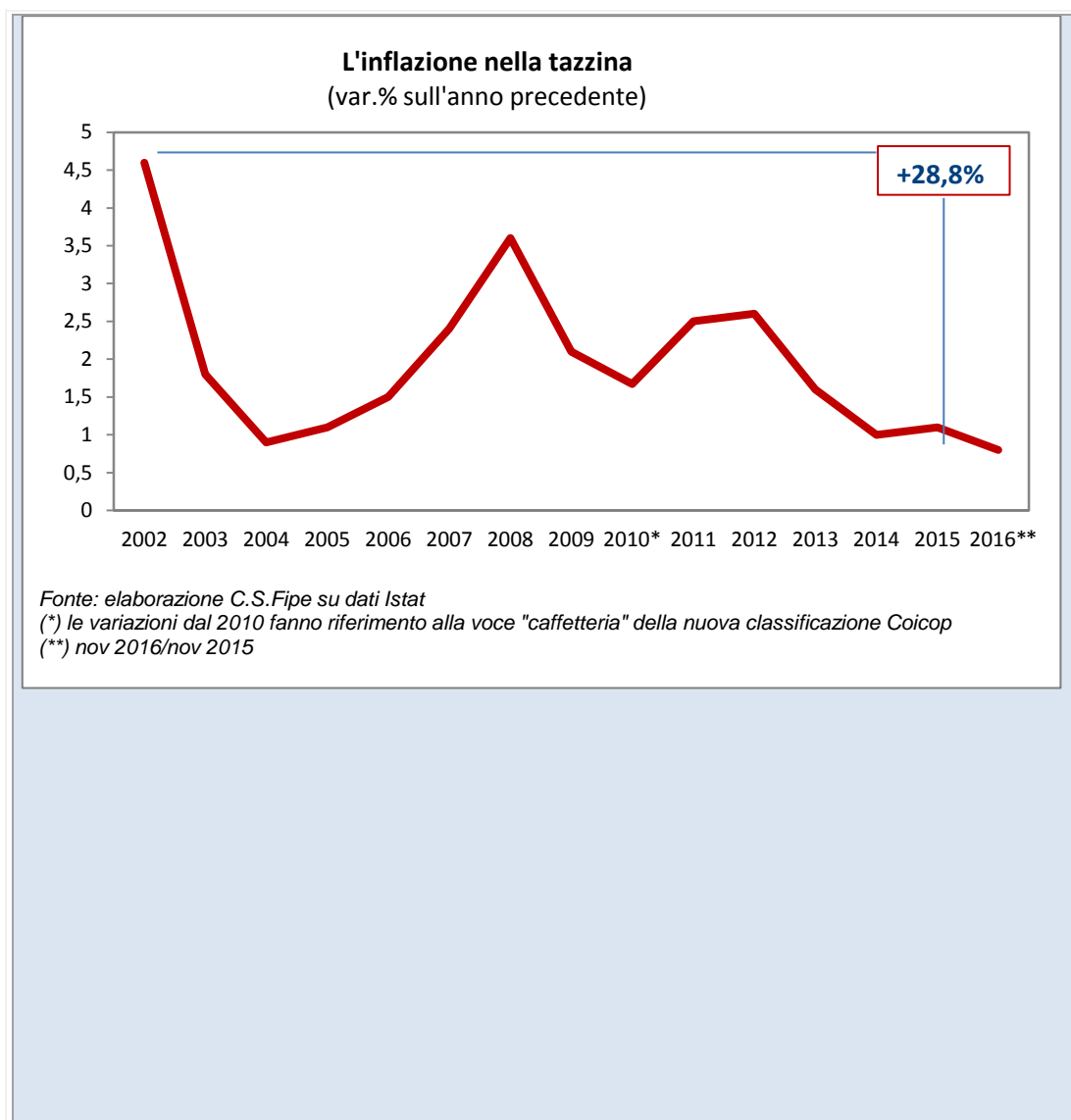
Il risultato è un incremento del 24%. La controprova che si tratti di una stima attendibile, seppure basata su dati non rappresentativi dell'universo dei bar italiani, ci viene fornita dalla dinamica dei prezzi della tazzina di caffè al bar rilevata nello stesso lungo periodo dall'Istat.

L'incremento cumulato dei prezzi nel periodo 2002-2015 è del 28,8%.

## Rilevazione dei prezzi della tazzina di caffè espresso al bar

Provincia	Anno 2002		Novembre 2016
	lire	euro	
Biella	1.600	0,83	0,94
Cuneo	1.500	0,77	1,02
Torino	1.600	0,83	1,04
Aosta	1.700	0,88	1,02
Cremona	1.600	0,83	1,04
Lecco	1.700	0,88	0,98
Lodi	1.600	0,83	1,01
Milano	1.700	0,88	1,00
Genova	1.600	0,83	1,00
Trento	1.600	0,83	1,06
Pordenone	1.600	0,83	1,02
Udine	1.500	0,77	1,03
Padova	1.700	0,88	1,06
Venezia	1.600	0,83	1,01
Verona	1.600	0,83	1,01
Bologna	1.600	0,83	1,08
Firenze	1.500	0,77	1,01
Pistoia	1.500	0,77	0,98
Pesaro e Urbino	1.500	0,77	n.d.
Roma	1.200	0,62	0,87
Pescara	1.600	0,83	n.d.
Napoli	1.200	0,62	0,86
Bari	1.300	0,67	0,76
Vibo valentia	1.200	0,62	n.d.
<b>minimo</b>	1.200	0,62	0,73
<b>medio</b>	1.533	0,79	0,98
<b>massimo</b>	1.700	0,88	1,09

Fonte indagine Fipe, Maposserva



**5**

**GLI ITALIANI E  
I CONSUMI  
ALIMENTARI  
FUORI CASA**

*indagine Fipe-Format*





Il 77,1% degli italiani maggiorenni (era il 77% nel 2015) consuma, più o meno abitualmente, cibo al di fuori delle mura domestiche sia che si tratti di colazioni, pranzi, cene o più semplicemente di spuntini e aperitivi.

Sono 39 milioni di persone così segmentate:

- *heavy consumer*: 13 milioni di persone che consumano almeno 4-5 pasti fuori casa in una settimana
- *average consumer*: 9 milioni che consumano almeno 2-3 pasti fuori casa in una settimana
- *low consumer*: 17 milioni che consumano almeno 2-3 pasti in un mese.

Gli *heavy consumer* sono in prevalenza uomini (53,9%) di età compresa tra i 35 e i 44 anni (23,7%) e residenti al Nord Ovest (29,5%) in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (36,8%).

Gli *average* sono in prevalenza uomini (51,7%), residenti al Centro Italia (29,1%) in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (37,9%).

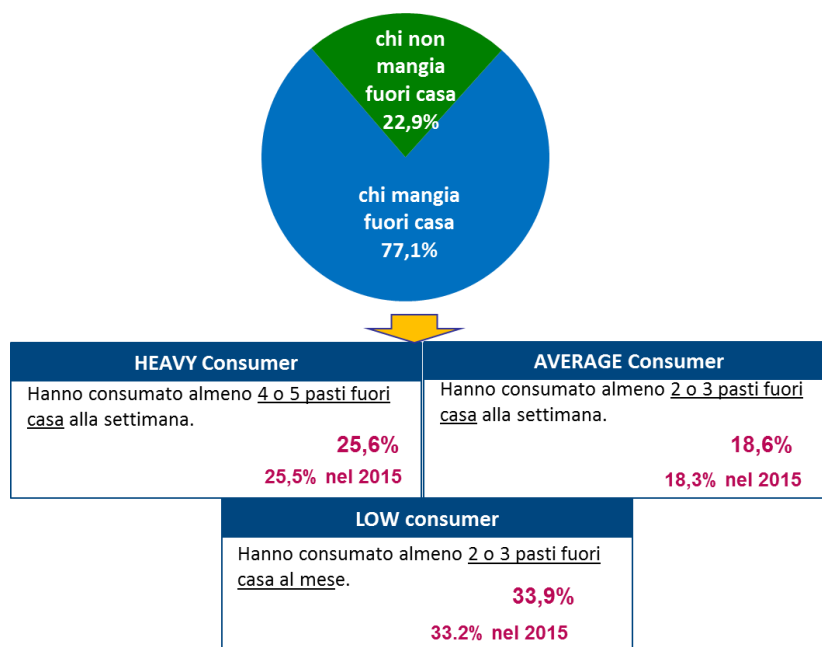
I *low consumer* sono in prevalenza donne (54,8%), di età superiore ai 64 anni, residenti nelle regioni del Nord Italia, in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (40,1%).

L'indice dei consumi fuori casa (ICEO<sup>5</sup>) migliora nel 2016 dello 0,2% passando da 41,6% a 41,8%.

---

<sup>5</sup> L'indicatore ICEO è una misura della propensione a mangiare fuori casa. L'unità di tempo è il mese. Sono state considerate quattro classi di frequenza di consumo: 0-1 volta al mese; 2-3 volte al mese; 8-12 volte al mese; 16-20 volte al mese. Per ciascuna classe è stato preso in considerazione il valore medio (fa eccezione la prima classe, per cui si è assunto, per convenzione, il valore "1"). Si è proceduto a "pesare" i dati percentuali di ciascuna classe con il valore medio di cui sopra. La media ponderata che ne scaturisce consiste nell'indice puro. Il campo di variazione è [3,2 ; 57,1]. L'indice è stato poi standardizzato su base 100, restituendo l'ICEO, con campo di variazione [0 , 100]. A valori più vicini a "0" corrisponde una propensione più bassa a mangiare fuori casa. A valori più vicini a "100" corrisponde una propensione più alta a mangiare fuori casa.

Fig. 31 - Coloro che mangiano fuori casa



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2016

## 5.1 La colazione

Più di sei italiani su dieci consumano, con diversa intensità, la colazione fuori casa. Cinque milioni di italiani consumano fuori casa la colazione almeno 3 o 4 volte alla settimana, per quattro milioni si tratta, invece, di un rito quotidiano.

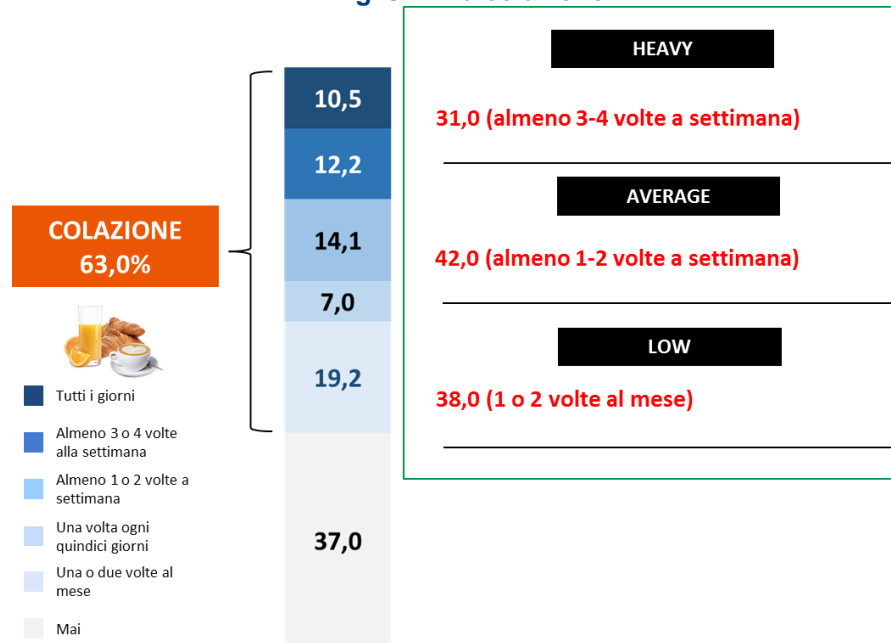
Il luogo par excellence della colazione è il bar/caffè, senza alcuna distinzione di genere, età o area geografica.

Il bar pasticceria è il secondo luogo deputato alla colazione degli italiani, preferito soprattutto dalle donne (65% vs 57% degli uomini) e nel Nord Est (64%). Le alternative ci sono ma restano residuali a cominciare dai distributori automatici ai quali si indirizzano il 17% dei consumatori.



Per la colazione fuori, gli italiani spendono mediamente 2-3 euro. Solo l'1,5% spende meno di un euro e, in questo caso, si tratta quasi sempre di heavy consumer.

Fig. 32 – La colazione



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2016

Ad investire molto nel primo pasto del giorno sono soprattutto i giovani tra i 25 e i 34 anni (il 24,2% spende più di 3 euro vs il 10,3% di chi ha tra i 45 e i 54 anni). Nel meridione c'è una maggiore propensione a spendere: il 23,4% dei meridionali spende in media più di 3 euro a colazione. Non si riscontrano invece differenze significative tra consumatori maschi e femmine.

Fig. 33 – le occasioni di consumo della colazione fuori casa (confronto con il 2015)

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
Aumentate fortemente	4,1	4,4	5,6	2,8
Aumentate lievemente	15,6	12,8	20,2	15,3
Rimasta invariata	53,9	67,1	59,9	37,4
Diminuita lievemente	17,8	10,7	7,9	30,9
Diminuita fortemente	8,6	5,0	6,3	13,6

Fig. 34 – La colazione

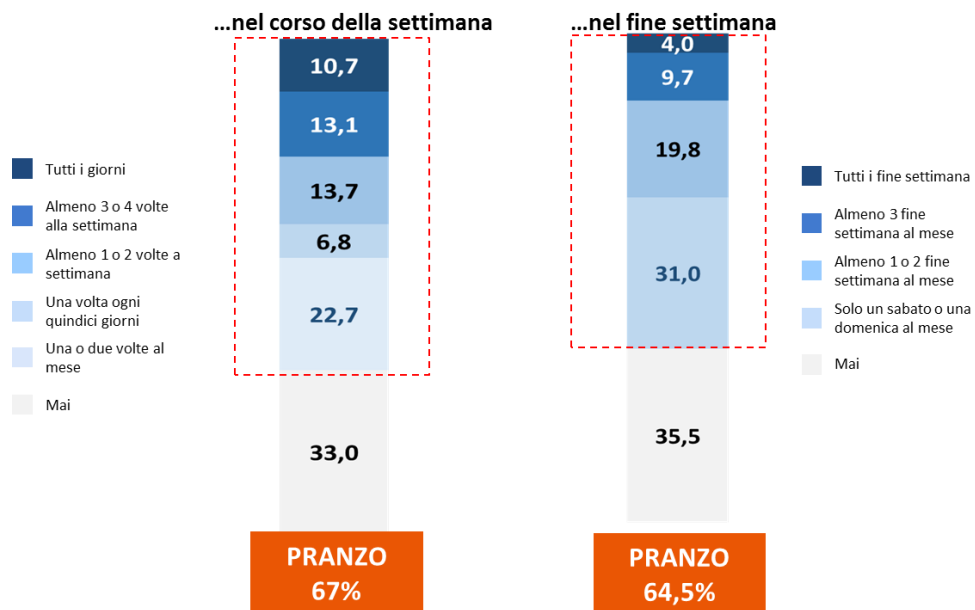
DOVE		LA SPESA	
Bar/caffè	95,6	Meno di € 1	1,5
Bar pasticceria	61,2	€1- €2	36,9
Distributore	17,4	€2- €3	42,7
Fast food	14,2	€3-€5	16,1
Negozi al dettaglio alimentare	9,9	Oltre i €5	2,8

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2016

## 5.2 Il pranzo

Le caratteristiche del pranzo fuori casa dipendono in larga misura dai giorni della settimana. Al 67% degli italiani, pari a poco meno di 34 milioni, capita di consumare il pranzo fuori casa durante la settimana. Per 4 milioni si tratta di un'occasione abituale (almeno 3-4 volte alla settimana).

Fig. 35 – Il pranzo



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2016

I tre profili di consumatori si caratterizzano per evidenti differenze: gli *heavy* consumano il pranzo in prevalenza al bar mangiando un panino o un primo piatto, gli *average* ed i *low* scelgono sia il bar che il ristorante preferendo la pizza.

La spesa durante la settimana (consumo funzionale) si concentra prevalentemente nella fascia 5-10 euro (45,5%). Nei fine settimana i luoghi del pranzo, i prodotti consumati e la spesa cambiano significativamente. Ristoranti-trattorie e pizzerie scalano la classifica, indicati dal 56,2% e 39,5% degli intervistati. La spesa sale nella fascia 10-20 euro con il 42,2% delle risposte.

Fig. 36 – le occasioni di consumo del pranzo fuori casa (confronto con il 2015)

	nel corso della settimana	nel fine settimana
Aumentate fortemente	9,7	0,5
Aumentate lievemente	13,1	10,9
Rimasta invariata	60,8	71,7
Diminuita lievemente	12,0	13,1
Diminuita fortemente	4,4	3,8

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2016

Fig. 37 – Il pranzo nel corso della settimana

DOVE		LA SPESA	
In un bar	38,8	Meno di € 5	12,2
Trattoria/ristorante italiano/osteria	34,9	€5- €10	45,5
Pizzeria a taglio, Tavola calda, Rosticceria/self s.	29,4	€10- €20	34,3
Pizzeria con servizio al tavolo	27,1	€20- €30	7,2
Nel luogo di lavoro (cibo da casa)	18,8	Oltre i €30	0,8
In una mensa scolastica / aziendale/universitaria	14,3		
Nel luogo di lavoro (cibo nelle vicinanze)	13,1		
Supermercato/ Negozio al dettaglio	8,3		
In un ristorante etnico	7,6		
Presso un distributore automatico	4,0		
Gelateria/pasticceria	3,7		

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2016

Fig. 38 – Il pranzo nel fine settimana

DOVE		LA SPESA	
Trattoria/ristorante italiano/osteria	56,2	Meno di € 5	4,2
Pizzeria con servizio al tavolo	39,5	€5- €10	25,5
Pizzeria a taglio, Tavola calda, Rosticceria/self s.	34,1	€10- €20	42,2
In un ristorante etnico	17,9	€20- €30	24,3
In un bar	16,2	Oltre i €30	3,7
Nel luogo di lavoro (cibo da casa)	8,7		
In un supermercato / negozio al dettaglio	7,9		
Nel luogo di lavoro (cibo nelle vicinanze)	5,5		
Gelateria/pasticceria	5,1		
In una mensa scolastica / aziendale/universitaria	4,4		
Presso un distributore automatico	4,4		

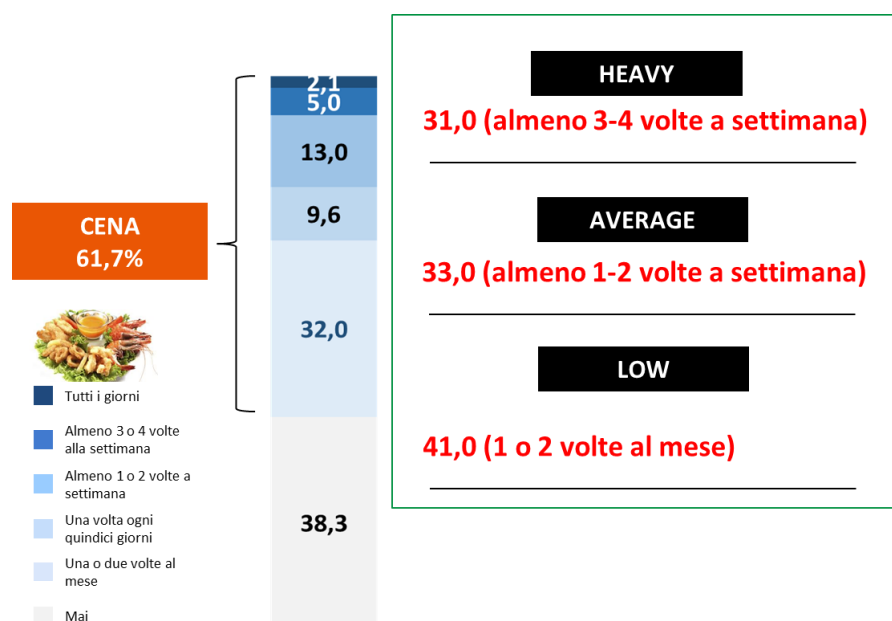
Fonte: Indagine Fipe - Format, 2016

### 5.3 La cena

Il 61,7% degli intervistati ha consumato almeno una cena fuori casa con riferimento ad un mese tipo. Poco meno di due milioni hanno cenato fuori casa almeno tre volte alla settimana. Si cena fuori casa principalmente in osteria oppure come seconda scelta in pizzeria.

La fascia di prezzo su cui si attesta una cena-tipo è tra i 10 e i 20 euro, anche se più di un terzo degli italiani riserva ad una singola cena dai 20 ai 30 euro. Solo un intervistato su cento è disposto a pagare più di 50 euro per consumare l'ultimo pasto del giorno.

Fig. 37 – La cena



La disponibilità a pagare degli heavy consumer risulta significativamente differente rispetto ai «low»: i primi pagano in media tra i 20 e i 30 euro mentre più del 50% dei low consumer si accontenta di una cena compresa nella fascia 10-20 euro.

I residenti del nord ovest si dimostrano i più propensi a spendere: il 13,2% paga più di 30 euro per una cena tipo, percentuale che nel sud e nelle isole è inferiore al 5%.

Fig. 38 – le occasioni di consumo della cena fuori casa (confronto con il 2015)

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
Aumentate fortemente	1,5	1,9	0,8	1,7
Aumentate lievemente	15,9	17,3	18,1	13,3
Rimasta invariata	60,8	60,4	59,1	62,2
Diminuita lievemente	17,2	16,4	17,3	17,8
Diminuita fortemente	4,6	4,0	4,7	5,1

Fig. 39 – La cena

DOVE		LA SPESA	
Trattoria / osteria/ristorante	57,0	Meno di € 10	6,4
Pizzeria con servizio al tavolo	50,8	€10-€20	46,3
Pizzeria a taglio, Tavola calda Rosticceria/self service	33,6	€20-€30	36,8
Ristorante etnico	20,7	€30-€50	9,3
Gelateria/pasticceria	20,2	Oltre i €50	1,2
In un pub/disco pub o discoteca	10,7		
In un bar	3,3		

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2016





# Nota tecnica



I dati del cap. 1 sul quadro economico provengono per lo più da fonti ufficiali sia nazionali che estere (Istat, OECD).

Nell'approfondimento sulla dinamica dei consumi a livello regionale l'attualizzazione dei prezzi al 2015 è stata effettuata con gli indici dei prezzi al consumo rilevati in ciascuna regione.

Il capitolo su consistenza e dinamica imprenditoriale utilizza i dati che provengono dagli archivi delle Camere di Commercio. Sono state censite le sedi legali delle imprese operative a dicembre 2015 classificate con i codici di attività economica Ateco 2007:

- 56.1 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile
- 56.2 - Fornitura di pasti preparati (catering) e altri servizi di ristorazione
- 56.3 - Bar e altri esercizi simili senza cucina

L'analisi sull'evoluzione dei pubblici esercizi nei centri storici è frutto di un'analisi Fipe-SiCamera basata sull'integrazione degli archivi Istat e di quelli delle Camere di Commercio.

Nel capitolo che tratta di valore aggiunto, occupazione e produttività, a seguito del cambiamento di base nelle nuove serie diffuse dall'Istat che ha reso indisponibili i valori disaggregati per Alberghi e pubblici esercizi, si è proceduto a presentare dei valori stimati.

L'indagine sulla congiuntura è realizzata direttamente da Fipe attraverso l'invio di un questionario a cadenza trimestrale ad un campione di imprese della ristorazione commerciale.

L'indagine sui comportamenti di consumo fuori casa degli italiani è stata svolta per mezzo di un questionario somministrato con il metodo delle interviste telefoniche (Sistema Cati, *Computer Assisted Telephone Interview*) e via web (Sistema Cawi, *Computer Assisted Web Interview*). La numerosità campionaria è di 1.173 interviste

andate a buon fine con un intervallo di confidenza del 95% (errore  $\pm 3,2\%$ ).

Le interviste sono state effettuate nel periodo: 21 ottobre – 24 ottobre 2016.

Il capitolo sulla dinamica dei prezzi utilizza gli indici dei prezzi al consumo diffusi dall'Istat, mentre per i livelli dei prezzi si è fatto ricorso all'Osservatorio dei Prezzi del Ministero dello Sviluppo Economico. Giova ricordare che i prezzi provengono dalle rilevazioni effettuate dagli uffici di statistica dei comuni capoluoghi di provincia.

