

Gli italiani e il valore del cibo



Roma, 15 novembre 2018

indice



presentazione



il cibo e il tempo



il cibo e le relazioni



il cibo e la salute



il cibo e l'etica



il cibo e la cultura



nota tecnica



PRESENTAZIONE



Presentazione |

Lo scopo di questa ricerca è di rilevare, descrivere ed analizzare la relazione degli italiani con il “cibo” sotto i più svariati profili. Non si poteva non partire da un approfondimento della variabile **tempo** che nella società attuale è probabilmente la risorsa che più scarseggia nella vita delle persone.

Ma il cibo gioca un ruolo fondamentale nelle **relazioni** individuali e collettive, familiari, con il territorio e per questo una sezione è specificatamente dedicata alla combinazione cibo/relazioni.

Il cibo è anche un driver formidabile di **benessere e salute** perché i danni provocati da una cattiva educazione alimentare sono sotto gli occhi di tutti, in particolare nel caso delle fasce più fragili della popolazione.

In una società sempre più disillusa la ricerca di **valori**, di comportamenti responsabili, di un'economia permeata dall'etica non può prescindere da una nuova considerazione verso il cibo. Perché il cibo non è una merce qualunque ma un condensato di valori sociali, ambientali, storici e culturali. E a questo proposito non si poteva rinunciare ad un passaggio sulla percezione che gli italiani hanno del cibo come fattore **culturale**. Come diceva Feuerbach «l'uomo è ciò che mangia» racchiudendo in questa espressione dimensione fisica e dimensione immateriale dell'esistenza.



 **Format**
research

 FEDERAZIONE
ITALIANA
PUBBLICI
ESERCIZI

IL CIBO E IL TEMPO

principali evidenze |

Il cibo e il tempo. Tra coloro che si occupano di persona della spesa o che la fanno insieme ad altri, il 48,6% dedica da una a due ore a settimana agli acquisti. Il 50,1 dei rispondenti preferisce effettuare spese di piccola entità acquistando pochi prodotti alla volta, giorno per giorno.

Il 32,7% dei rispondenti ha dichiarato di cucinare a pranzo tutti i giorni, la percentuale sale al 53% per la cena.

Cosa pensano gli italiani quando preparano il pasto? La preparazione del pasto è un momento di piacere al quale si vorrebbe dedicare più tempo ...è anche un divertimento, spesso legato alla ricerca di ricette sul web.

Tra coloro che cucinano «tutti i giorni» o «qualche volta» a pranzo o a cena il 76,9% cucina il giorno per il giorno, e dedica alla cucina dai 30 minuti ad un'ora al giorno. Il 54,1% dei rispondenti dedica al consumo del pasto giornaliero un tempo compreso tra i quindici e i trenta minuti.

il ristorante è vissuto nel sentiment dei rispondenti come un «luogo dove rilassarsi» per il 38,6% dei rispondenti, il 21,6% per avere il tempo di conversare tranquillamente con amici/parenti, il 15,6% per poter mangiare pietanze che non ho tempo di cucinare a casa.

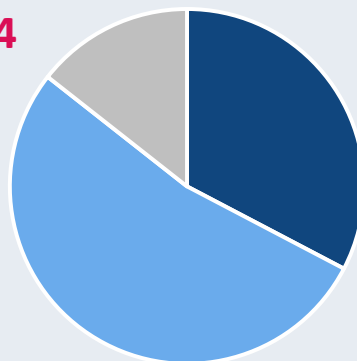
il cibo e il tempo | il 32,7% dei rispondenti ha dichiarato di cucinare a pranzo tutti i giorni, la percentuale sale al 53% per la cena

Nell'arco di una settimana, considerando i pasti principali (pranzo e cena) **quanto spesso le capita di cucinare?**



Mai
14,4

Qualche volta mi capita di cucinare
52,9

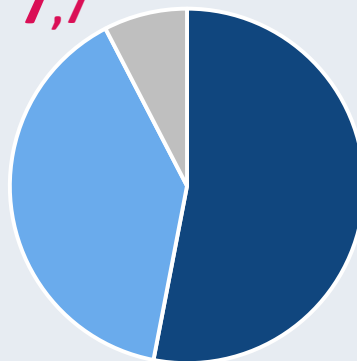


Tutti i giorni mi capita di cucinare
32,7



Mai
7,7

Qualche volta mi capita di cucinare
39,3



Tutti i giorni mi capita di cucinare
53,0



Base campione: 1.111 casi. Solo coloro che non hanno risposto «mai» al consumo fuori casa.



il cibo e il tempo | tra coloro che cucinano «tutti i giorni» o «qualche volta» a pranzo o a cena il 76,9% cucina il giorno per il giorno e dedica alla cucina dai 30 minuti ad un'ora al giorno



LA PREPARAZIONE DEI PASTI

In una settimana tipo, quale modalità adotta per la preparazione dei pasti?

(Analisi effettuata solo presso coloro che hanno dichiarato di cucinare «tutti i giorni» o «qualche volta» a pranzo o a cena)



Cucino giorno per giorno

76,9



Cucino per più giorni e consumo gli alimenti entro pochi giorni

18,8



Cucino per più giorni e congelo gli alimenti

4,3

Base campione: 1.036 casi. Solo presso coloro che hanno dichiarato di cucinare «tutti i giorni» o «qualche volta» a pranzo o a cena

In una giornata tipo, quanto tempo dedica a cucinare?

(Analisi effettuata solo presso coloro che hanno dichiarato di cucinare «tutti i giorni» o «qualche volta» a pranzo o a cena)



Meno di 15 minuti

8,2



Da 15 minuti a 30 minuti

40,2



Da 30 minuti a 1 ora

41,3



Da 1 ora a 2 ore

9,3



Più di 2 ore

1,0

Tempo MEDIO
37 min

Base campione: 1.036 casi. Solo presso coloro che hanno dichiarato di cucinare «tutti i giorni» o «qualche volta» a pranzo o a cena

il cibo e il tempo | il 54,1% dei rispondenti dedica al consumo del pasto giornaliero un tempo compreso tra i quindici e i trenta minuti...



IL CONSUMO DEI PASTI



In una giornata tipo, quanto tempo dedica al **consumo** del pasto?



Meno di 15 minuti

11,9



Da 15 minuti a 30 minuti

54,1



Da 30 minuti a 1 ora

31,1



Da 1 ora a 2 ore

2,2



Più di 2 ore

0,7

*Tempo MEDIO
29 min*

il cibo e il tempo | il ristorante è vissuto nel sentiment dei rispondenti come un «luogo dove rilassarsi»

Parlando **del pasto fuori casa (es. al ristorante, etc)** quale delle seguenti affermazioni è valida per lei?



Base campione: 1.111 casi. Solo coloro che non hanno risposto «mai» al consumo fuori casa.



 **Format**
research

 FEDERAZIONE
ITALIANA
PUBBLICI
ESERCIZI

IL CIBO E LE RELAZIONI

principali evidenze |

Cibo e relazioni. I consumatori tendono a preservare le abitudini di sempre per quanto concerne gli orari nel corso dei quali ci si riunisce per i pasti del pranzo e della cena e il «mettersi a tavola» viene vissuto in prevalenza come momento di relax dal 44,6% dei rispondenti che per la quasi totalità vivono il pasto come occasione per riunire la famiglia.

Ben il 75% dei rispondenti possiede delle ricette o dei piatti tradizionali che si tramandano di generazione in generazione, in prevalenza tramite le figure «matriarcali» che le trasmettono ai figli/nipoti. Il 91% dei rispondenti che hanno dichiarato di avere dei piatti tipici della propria famiglia, li cucina ancora oggi cercando di mantenere l'originalità del piatto. Per quasi tutti i rispondenti cucinare un piatto tradizionale evoca bei ricordi e forti emozioni, tra queste: il mantenimento delle tradizioni, l'amore, la nostalgia.

Il 46,1% dei rispondenti ha dichiarato di «porre maggiore attenzione alle ricette che prepara» o agli ingredienti che utilizza quando cucina per i propri figli. Il 62,5% dei rispondenti quando si reca al ristorante con la propria famiglia «riesce a godersi il pasto di più» rispetto a quanto non riesca a casa.

cibo e relazioni | ...il «*mettersi a tavola*» viene vissuto in prevalenza come momento di relax dal 44,6% dei rispondenti che per la quasi totalità vivono il pasto come occasione per riunire la famiglia...

Cosa rappresenta per lei il momento di “mettersi a tavola”?



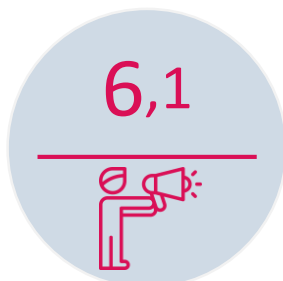
Un momento di relax e divertimento



Un momento per condividere problemi di famiglia/personali



Un momento solo necessario per nutrirsi



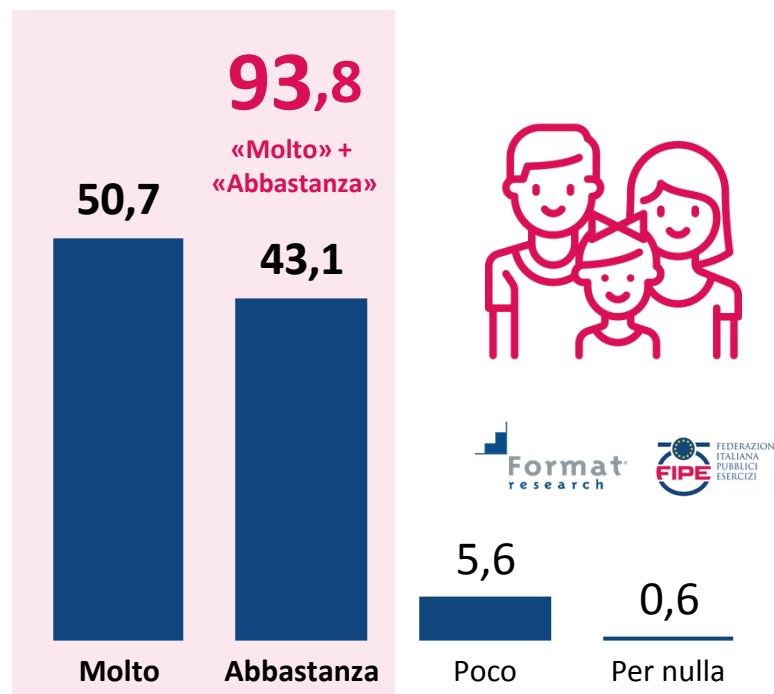
Un momento per affrontare problemi più generali

2,6 | Altro

Base campione: 1.111 casi. Solo coloro che non hanno risposto «mai» al consumo fuori casa.

Quanto è d'accordo con la seguente affermazione:

«Il pasto è un momento di forte socializzazione, dovrebbe essere vissuto come momento per riunire la famiglia»



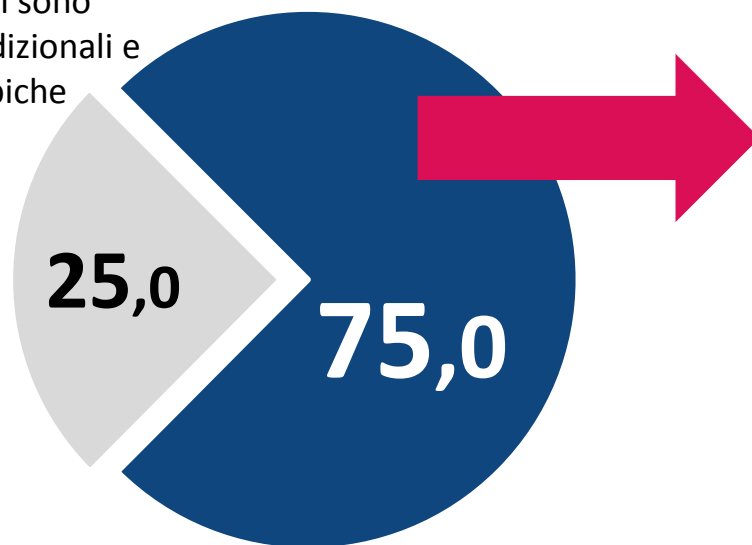
Base campione: 1.111 casi. Solo coloro che non hanno risposto «mai» al consumo fuori casa.

cibo e relazioni | il 75% dei rispondenti possiede delle ricette o dei piatti tradizionali che si tramandano di generazione in generazione, in prevalenza tramite le figure «matriarcali» che le trasmettono ai figli/nipoti







Nella sua famiglia di origine ci sono dei piatti tradizionali/ricette tipiche che si tramandano di generazione in generazione?

No, non ci sono piatti tradizionali e ricette tipiche



Si, ci sono dei piatti tradizionali/ricette tipiche che si tramandano di generazione in generazione

Qual è la modalità di trasmissione dei piatti tradizionali/ricette tipiche di famiglia?
(Anali effettuata solo per coloro che hanno dichiarato di avere piatti tradizionali/ricette tipiche)

	La nonna/ mamma che ricorda la ricetta e la tramanda ai figli / nipoti	70,0
	Ricettario di famiglia	16,2
	I piatti vengono tramandati nella famiglia ma per trovare come realizzarli cerco sul web	13,6
	Altro	0,2

Base campione: 816 casi. Solo per coloro che hanno dichiarato di avere piatti tradizionali/ricette tipiche

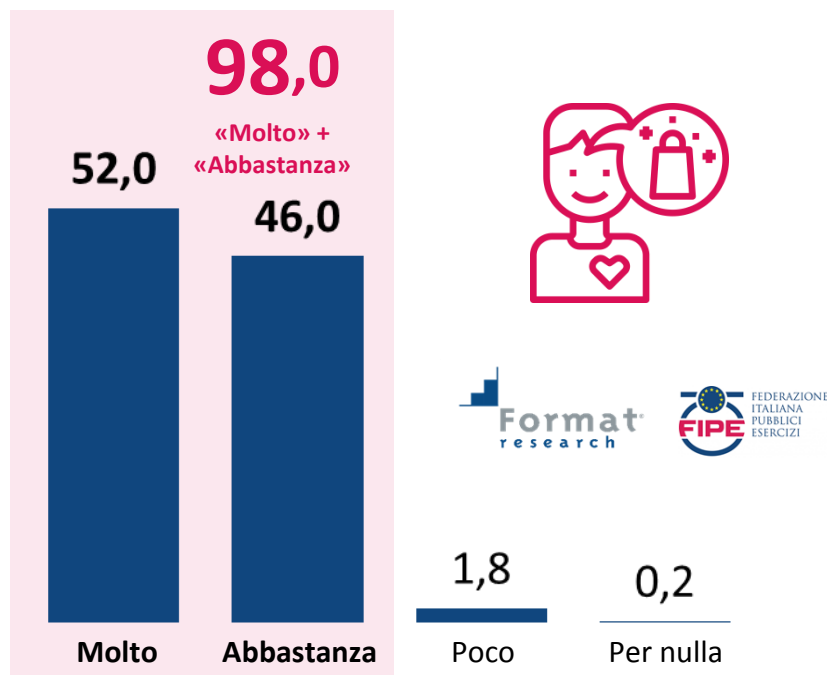
Base campione: 1.111 casi. Solo coloro che non hanno risposto «mai» al consumo fuori casa.

cibo e relazioni | per quasi tutti i rispondenti cucinare un piatto tradizionale evoca bei ricordi e forti emozioni, tra queste: il mantenimento delle tradizioni, l'amore, la nostalgia

Quanto è d'accordo con la seguente affermazione:

«Quando cucino o mangio un piatto tradizionale della mia famiglia, mi evoca bei ricordi e forti emozioni»

(Analisi effettuata solo presso coloro che hanno dichiarato di avere piatti tradizionali/ricette tipiche)



Base campione: 816 casi. Solo presso coloro che hanno dichiarato di avere piatti tradizionali/ricette tipiche.

Pensi ora ad un piatto che sia in qualche modo rappresentativo della sua famiglia di origine e della sua infanzia. Che **emozioni** le suscita?

(Analisi effettuata solo presso coloro che hanno dichiarato di avere piatti tradizionali/ricette tipiche)



Base campione: 816 casi. Solo presso coloro che hanno dichiarato di avere piatti tradizionali/ricette tipiche. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.



IL CIBO E LA SALUTE

 **Format**
research

 FEDERAZIONE
ITALIANA
PUBBLICI
ESERCIZI

principali evidenze |



Il cibo e la salute. La quasi totalità del campione è d'accordo con l'idea che «la salute ed il proprio benessere» dipendono anche dal cibo. Il dato è confermato dal fatto che su coloro che hanno dichiarato di occuparsi personalmente della spesa il 46,1% sarebbe disposto a pagare un prezzo superiore alla media del dieci per cento...per acquistare un prodotto sicuro e di buona qualità.

Ben il 71,8% dei rispondenti durante la scelta del piatto da consumare si informa sulla qualità e la provenienza dei prodotti utilizzati. Elevatissima la percentuale dei rispondenti che ritengono che oggi i ristoranti sono attenti a «offrire alla clientela delle alternative di piatti ritenute alto salutari».

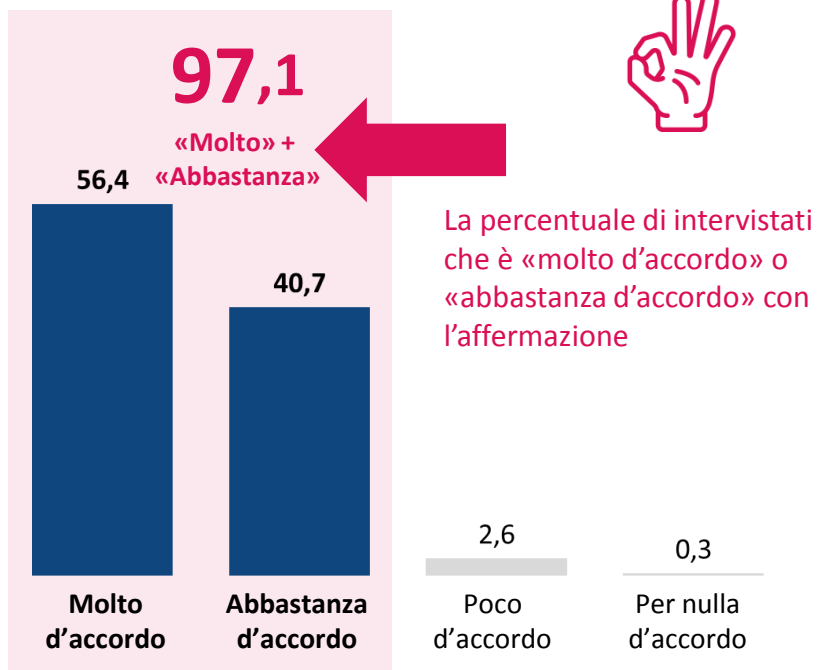
Il dato è confermato anche dall'altissima la percentuale dei rispondenti che ritengono che oggi i ristoranti sono più attenti a «*offrire alla clientela piatti alternativi*» in base alle esigenze della clientela.

il cibo e la salute | la quasi totalità del campione è d'accordo con l'idea che «la salute ed il proprio benessere» dipendono anche dal cibo



Quanto è d'accordo con la seguente affermazione:

«La nostra salute e il nostro benessere dipendono da ciò che mangiamo»



Base campione: 1.111 casi. Solo coloro che non hanno risposto «mai» al consumo fuori casa.

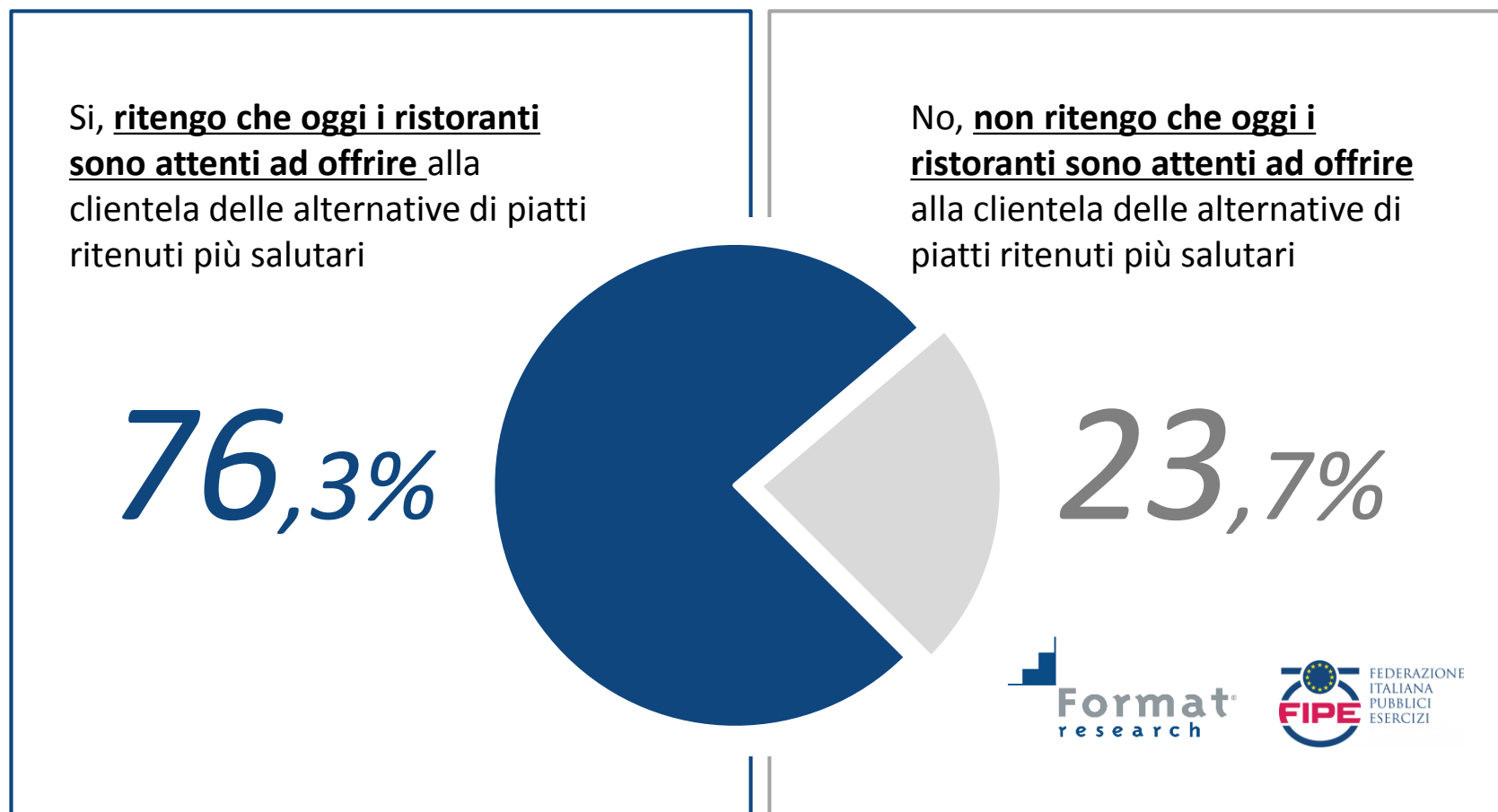
Indichi quali sono per Lei le caratteristiche più importanti che un alimento deve avere...?



Base campione: 1.111 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.

il cibo e la salute | elevatissima la percentuale dei rispondenti che ritengono che oggi i ristoranti sono attenti a «offrire alla clientela delle alternative di piatti ritenute alto salutari»

Rispetto al passato, ritiene che oggi i ristoranti sono attenti ad offrire alla clientela delle alternative di piatti ritenuti più salutari (es. piatti preparati con prodotti bio)?



Base campione: 1.111 casi. Solo coloro che non hanno risposto «mai» al consumo fuori casa.



IL CIBO E L'ETICA



principali evidenze |

Il cibo e l'etica. Il 41,6% dei rispondenti ha dichiarato di avere acquistato/consumato nel corso dell'ultimo anno (2018) prodotti alimentari per motivazioni di tipo etico e/o sociale. Tra coloro che scelgono gli alimenti per motivi di tipo etico o sociale è elevata la percentuale di chi è disposto a spendere qualcosa di più per acquistarli.

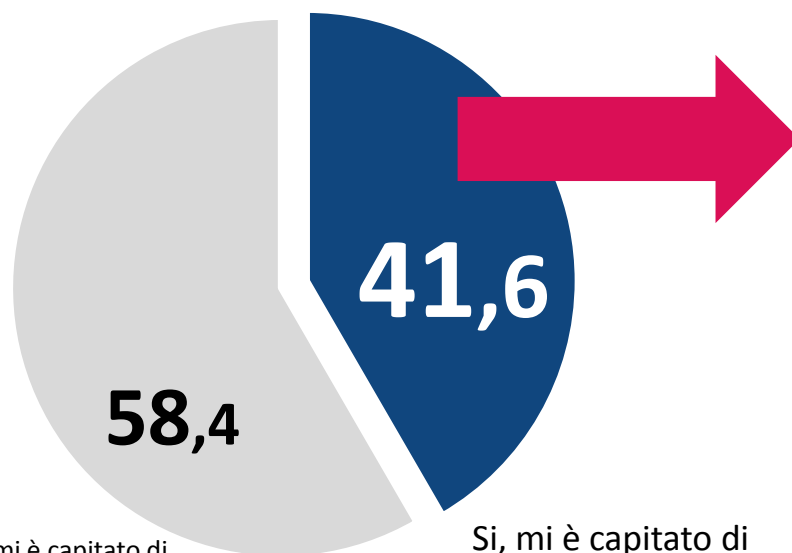
Il 45,6% dei rispondenti ha dichiarato di avere scelto un prodotto alimentare piuttosto di un altro sulla base del prezzo più conveniente.

La quasi totalità dei rispondenti mostra l'abitudine di «congelare i prodotti», l'82,8% riutilizza il cibo cucinato nei giorni precedenti per i pasti dei giorni successivi.

il cibo e l'etica | il 41,6% dei rispondenti ha dichiarato di avere acquistato/consumato nel corso dell'ultimo anno (2018) prodotti alimentari per motivazioni di tipo etico e/o sociale



Nel corso dell'ultimo anno (2018) le è capitato di acquistare o consumare prodotti alimentari per motivazioni di tipo etico o sociale?







No, non mi è capitato di acquistare o consumare prodotti alimentari per motivazioni di tipo etico o sociale

Si, mi è capitato di acquistare o consumare prodotti alimentari per motivazioni di tipo etico o sociale

Base campione: 1.111 casi. Solo coloro che non hanno risposto «mai» al consumo fuori casa.

Che tipo di prodotti?

(Analisi effettuata solo presso coloro a cui è capitato di acquistare o consumare prodotti alimentari per motivazioni di tipo etico o sociale)

	Prodotti a km 0, biologici, che rispettano l'ambiente	53,9
	Prodotti del commercio equo e solidale	45,9
	Prodotti a marchio italiano per salvaguardare produzione sul territorio e filiera agro-alimentare	42,4
	Prodotti che vengono realizzati da aziende che operano in modo sostenibile	38,8
	Prodotti certificati come sostenibili	29,7
	Nessuno di questi	4,6

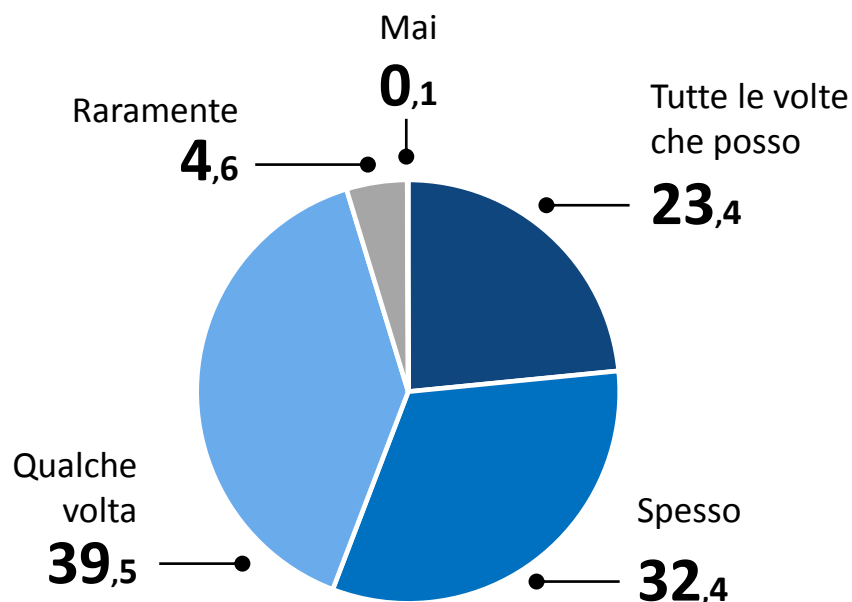
Base campione: 454 casi. Solo presso coloro a cui è capitato di acquistare o consumare prodotti alimentari per motivazioni di tipo etico o sociale. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.

il cibo e l'etica | tra coloro che scelgono gli alimenti per motivi di tipo etico o sociale è elevata la percentuale di coloro che sono disposti a spendere qualcosa di più per acquistarli



Quanto spesso le è capitato di acquistare o consumare questo tipo di prodotti?

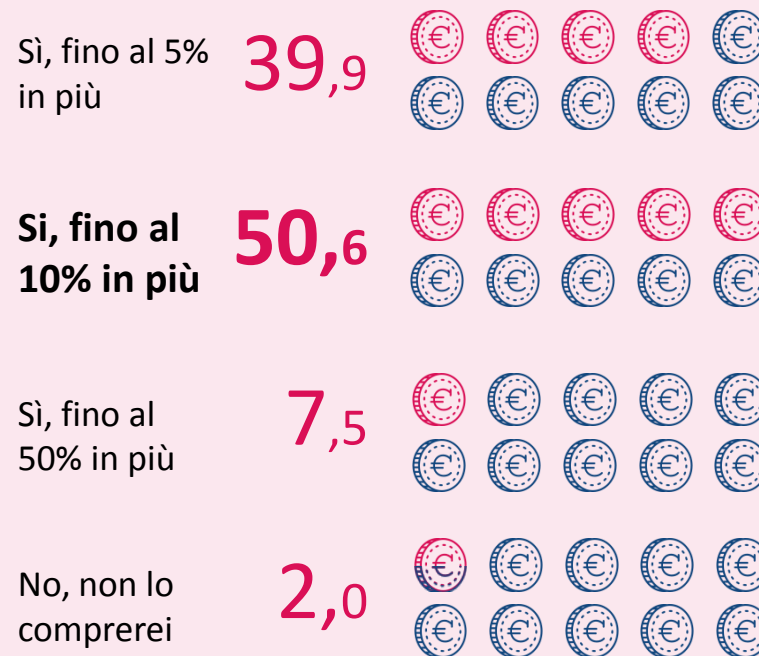
(Analisi effettuata solo presso coloro che hanno acquistato almeno una tipologia di prodotti per motivazioni di tipo etico o sociale)



Base campione: 436 casi. Solo presso coloro che hanno acquistato almeno una tipologia di prodotti di tipo etico o sociale.

È disposto a pagare di più per un acquistare questo tipo di prodotti?

(Analisi effettuata solo presso coloro che si occupano di fare la spesa e che hanno acquistato almeno una tipologia di prodotti per motivi di tipo etico o sociale)



Base campione: 414 casi. Solo coloro che si occupano di fare la spesa e che hanno acquistato almeno una tipologia di prodotti per motivi di tipo etico o sociale.

il cibo e l'etica | la quasi totalità dei rispondenti mostra l'abitudine di «congelare i prodotti», l'82,8% riutilizza il cibo cucinato nei giorni precedenti per i pasti dei giorni successivi



Parlando delle sue abitudini di consumo...



91,1

Mi capita di congelare dei prodotti per evitarne il deterioramento



82,8

Mi capita di riutilizzare il cibo cucinato nei giorni precedenti per realizzare altri piatti



62,1

Mi capita di consumare del cibo anche se scaduto da qualche giorno



46,6

Mi capita di acquistare del cibo in eccesso e di averlo gettato



18,8

Mi capita di andare al ristorante e portare via il cibo ordinato che non ho consumato



IL CIBO E LA CULTURA

 **Format**
research

 **FEDERAZIONE
ITALIANA
PUBBLICI
ESERCIZI**

principali evidenze |

Il cibo e la cultura. Il 64,4% dei rispondenti si definisce «conservatore» nella propria relazione con il cibo ...il 35,6% è orientato all'innovazione e alla sperimentazione.

Il 56,1% di coloro che hanno viaggiato all'estero ha preferito provare la cucina locale pur sentendo la mancanza di alcuni piatti tipici italiani: in prevalenza la pasta e la pizza. il 63,3% degli italiani intervistati ha provato un ristorante etnico ...solo il 26,3% ha provato anche la cosiddetta «cucina innovativa».

Ben il 66,4% degli italiani si riunisce durante i giorni festivi con parenti e amici per pranzare o per cenare....magari per rievocare bei momenti o vivere delle emozioni.

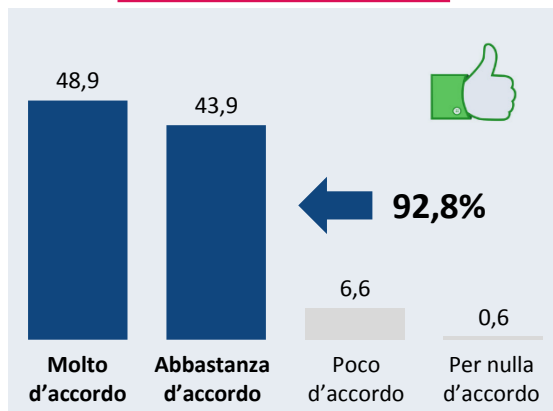
Il pranzo della domenica ha un valore simbolico nell'immaginario collettivo ...il ristorante è un importante strumento di salvaguardia dell'identità culturale alimentare del nostro popolo.

il cibo e la cultura | identità, orgoglio e identità nel sentiment degli italiani con il cibo...

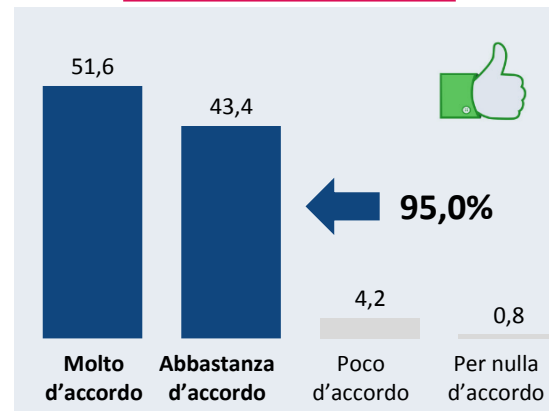


Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni...?

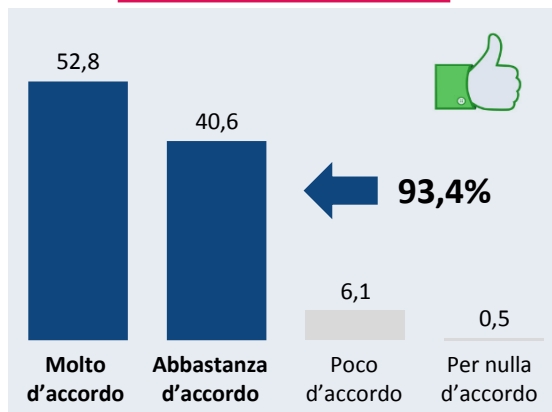
«I piatti tipici di un popolo ne rafforzano l'identità e il senso di appartenenza»



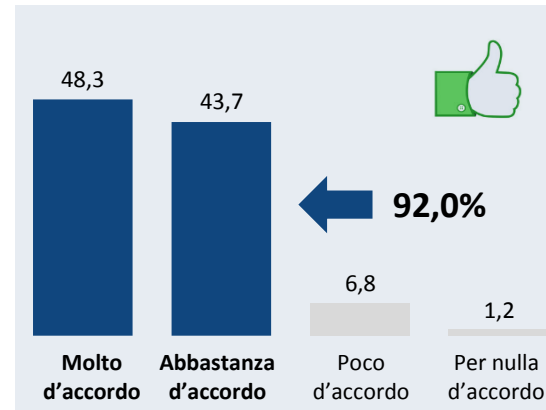
«Le tradizioni di un popolo emergono e sono tramandate anche tramite il cibo»



«La cultura culinaria di un popolo deve essere motivo di orgoglio e quindi difesa»



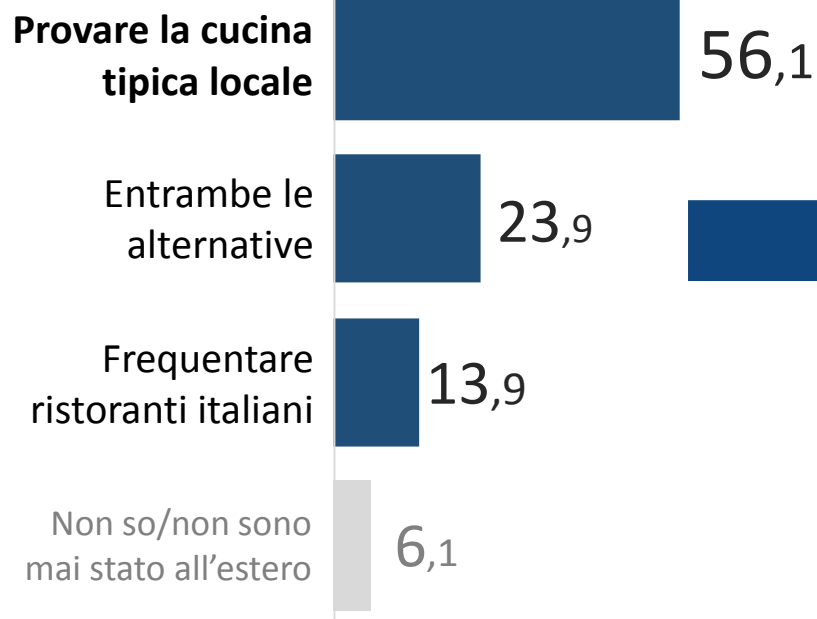
«Le ricette della tradizione sono una fotografia del passato di un Paese»



Base campione: 1.111 casi. Solo coloro che non hanno risposto «mai» al consumo fuori casa.

il cibo e la cultura | il 56,1% di coloro che hanno viaggiato all'estero ha preferito provare la cucina locale pur sentendo la mancanza di alcuni piatti tipici italiani: in prevalenza la pasta e la pizza

Quando le capita di viaggiare **all'estero**, in tema di cibo preferisce



Quali tra i seguenti **alimenti tipici italiani** non riesce a fare a meno o le manca di più?
(Analisi effettuata solo presso coloro che sono stati all'estero)




La pasta

La pizza



Gelato artigianale

Altro

 [«Caffè» «formaggio» «mozzarella»]

Base campione: 1.037 casi. Solo presso coloro che sono stati all'estero

il cibo e la cultura | il 66,4% degli italiani si riunisce durante i giorni festivi con parenti e amici per pranzare o per cenare...magari per rievocare bei momenti o vivere delle emozioni

Durante i **giorni festivi** di una settimana tipo, siete soliti riunirvi con parenti/amici per pranzare/cenare in compagnia?

No,
durante i giorni festivi non ci riuniamo con parenti/amici per pranzare o cenare insieme
33,6

Sì,
durante i giorni festivi siamo soliti riunirci con parenti/amici per pranzare o cenare insieme
66,4



Riunirsi in famiglia o tra amici per consumare il pranzo nei giorni festivi è una abitudine che...?

(Analisi effettuata solo presso coloro che hanno dichiarato di essere soliti riunirsi con parenti/amici per pranzare/cenare in compagnia)



Mi piace, mi rievoca bei momenti e forti emozioni

63,5



Mi piace, ma preferisco non farlo ogni domenica

34,6



Una abitudine della quale farei a meno

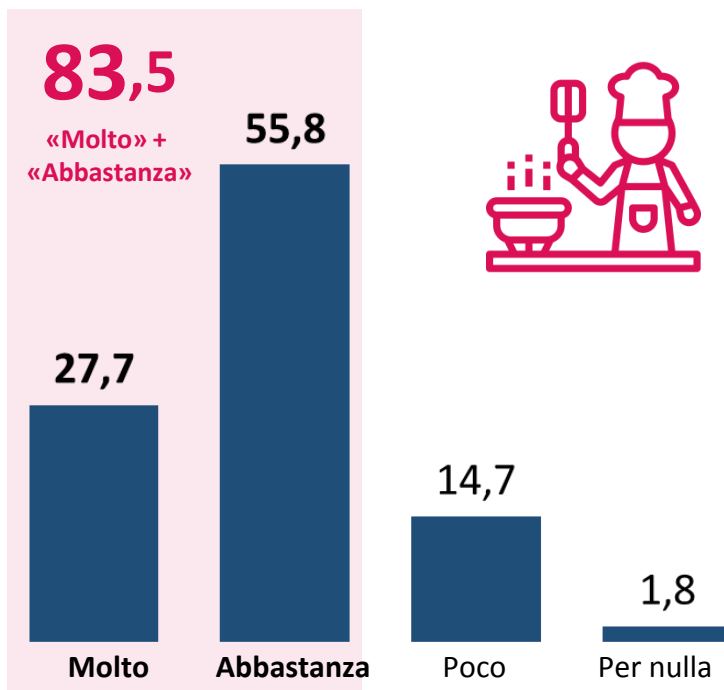
1,9

Base campione: 1.111 casi. Solo coloro che non hanno risposto «mai» al consumo fuori casa.

Base campione: 710 casi. Solo presso coloro che hanno dichiarato di essere soliti riunirsi con parenti/amici per pranzare/cenare in compagnia.

il cibo e la cultura | L'importanza dei ristoranti: a salvaguardia dell'identità culturale alimentare del nostro popolo

Secondo la sua opinione, oggi quanto sono importanti i ristoranti come *“strumento per la salvaguardia della nostra cultura alimentare e della nostra identità territoriale”*?



Base campione: 1.111 casi. Solo coloro che non hanno risposto «mai» al consumo fuori casa.

NOTA TECNICA



nota tecnica |

L'indagine è stata condotta da **Format Research** per mezzo di un questionario strutturato e somministrato con il metodo delle interviste telefoniche (Sistema Cati, *Computer Assisted Telephone Interview*) e via web (Sistema Cawi, *Computer Assisted Web Interview*).

Le interviste sono state effettuate nel periodo: 16 ottobre-02 novembre 2018. Lo studio è stato realizzato nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei **Esomar**, del Codice deontologico **Assirm** (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione italiani), e della “**Legge sulla Privacy**” (D.lgs n. 196/03 e aggiornamento 2016/679).

Nell'edizione 2018 l'indagine ha contenuto al proprio interno il presente focus di approfondimento specifico sugli «**italiani e il valore del cibo**» inteso in termini di: cosa rappresenta per gli italiani il cibo dal punto di vista immateriale, relazionale e qualitativo, il cibo tra tradizione e innovazione, passione, identità e orgoglio nazionale.

Universo della popolazione residente per area, sesso e classe di età

	Nord ovest		Nord est		Centro		Sud e isole		Totale
	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	
18-24	538.393	489.595	392.281	360.084	404.646	366.136	836.000	771.283	4.158.418
25-34	843.011	815.310	603.026	592.038	650.112	632.185	1.277.340	1.230.603	6.643.625
35-44	1.113.934	1.098.947	805.811	801.451	842.648	859.905	1.421.379	1.429.038	8.373.113
45-54	1.334.007	1.330.881	969.619	967.498	967.283	1.014.984	1.558.682	1.638.018	9.780.972
55-64	1.042.586	1.097.248	761.971	798.673	772.343	842.267	1.328.280	1.433.757	8.077.125
>64	1.643.579	2.182.121	1.171.386	1.534.026	1.208.448	1.594.766	1.892.425	2.417.612	13.644.363
Totale	6.515.510	7.014.102	4.704.094	5.053.770	4.845.480	5.310.243	8.314.106	8.920.311	50.677.616

Campione realizzato della popolazione residente per area, sesso, classe di età

	Nord ovest		Nord est		Centro		Sud e isole		Totale
	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	
18-24	16	26	18	24	19	21	22	24	170
25-34	18	30	20	25	17	27	19	28	184
35-44	19	17	22	20	22	22	14	22	158
45-54	23	23	24	22	20	24	22	22	180
55-64	22	23	21	40	36	36	39	34	251
>64	18	29	15	26	21	23	18	18	168
Totale	116	148	120	157	135	153	134	148	1.111