

RISTORAZIONE

Rapporto Annuale 2018



Ufficio Studi

RISTORAZIONE

**Rapporto Annuale
2018**

Il presente Rapporto è stato elaborato con le informazioni disponibili al 31 dicembre 2018

A cura di Luciano Sbraga – *Responsabile Ufficio Studi*

Giulia Romana Erba - *Ufficio studi Fipe*

© 2018 Fipe

*Non riesco a sopportare quelli che
non prendono seriamente il cibo
Oscar Wilde*

INDICE

Introduzione e sintesi dei risultati	7
1 IL CONTESTO MACROECONOMICO.....	23
1.1 Il contesto internazionale	25
1.2 L'economia italiana	26
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 ristoranti	48
2.4 Il comparto mense&catering	50
2.5 La segmentazione della imprese	53
3 IL MOVIMPRESA.....	55
3.1 Il settore complessivo	57
3.2 Il comparto bar	59
3.3 Il comparto ristoranti	63
3.4 Il comparto mense&catering	66
3.5 Il periodo gennaio-settembre 2018.....	69
4 LE PERFORMANCE ECONOMICHE.....	71
4.1 La congiuntura secondo l'osservatorio Fipe	73
4.2 Il Fatturato delle imprese di ristorazione	76
4.3 Il valore aggiunto	76
Approfondimento 2 L'analisi dei bilanci delle imprese di ristorazione.....	78
4.4 L'occupazione.....	82
4.4.1 Le unità di lavoro	82
4.4.2 L'occupazione dipendente nei pubblici esercizi	85
4.5 La produttività	87
Approfondimento 3 Il conto economico delle catene della ristorazione commerciale	90
4.6 La dinamica dei prezzi nei pubblici esercizi	92
4.6.1 I prezzi nei bar	93

4.6.2 I prezzi nei ristoranti.....	93
4.6.3 I prezzi nella ristorazione collettiva.....	94
Approfondimento 4 Dinamica dei prezzi per regione.....	95
4.6.4 Il livello dei prezzi.....	96
5 GLI ITALIANI E I CONSUMI ALIMENTARI FUORI CASA	101
5.1 L'indice dei consumi fuori casa (ICEO).....	103
5.2 La colazione	105
5.3 Il pranzo.....	108
5.3.1 il pranzo nei giorni feriali	108
5.3.2 il pranzo nel fine settimana	111
5.4 La cena.....	112
5.5 Gli italiani e il cibo.....	116
5.5.1 Il cibo e il tempo.....	116
5.5.2 Cibo e relazioni.....	119
5.5.3 Il cibo e la salute	121
5.5.4 Il cibo e l'etica.....	123
5.5.4.1 Il prezzo	124
5.5.4.2 Lo spreco.....	124
5.5.5 Il cibo e la cultura	125
Approfondimento 5 Spreco alimentare: la risposta della ristorazione italiana....	128
5.6 Il cambiamento degli stili alimentari.....	133
Approfondimento 6 Il food delivery in Italia.....	138
NOTA TECNICA.....	141

Introduzione e sintesi dei risultati

Questo rapporto fa il punto sullo stato dei pubblici esercizi in Italia utilizzando le informazioni disponibili al 31 dicembre 2018.

Un obiettivo 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. 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 e 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.

L'edizione di quest'anno fa il punto, in termini di approfondimento, su alcuni temi di attualità del settore come l'evoluzione degli stili alimentari e la lotta allo spreco alimentare.

I principali risultati

Nel 2017 il prodotto interno lordo è cresciuto dell'1,6% per effetto principalmente della dinamica della domanda interna grazie alla tenuta dei consumi delle famiglie e alla discreta performance degli investimenti. Il tasso di disoccupazione è sceso di cinque decimi di punto percentuale mentre l'inflazione si è mostrata in significativa risalita seppure dentro un quadro di generale moderazione.

Nella prima parte del 2018 la crescita dei consumi delle famiglie è stata caratterizzata dal proseguimento della fase di moderazione iniziata alla fine del 2017.

La decelerazione dei consumi del secondo trimestre non ha riguardato solo l'Italia ma, sebbene con intensità differenti, anche le principali economie dell'area euro.

La crescita del Pil viene data in lieve accelerazione nel 2019 (+1,3%) grazie ancora al contributo positivo della domanda interna mentre

l'apporto della domanda estera netta dovrebbe risultare nullo così come quello della variazione delle scorte¹.

La dinamica del mercato del lavoro italiano ha seguito quella dell'area euro. I dati più recenti relativi al terzo trimestre del 2018 indicano un ulteriore aumento del tasso di occupazione (+0,1% rispetto al trimestre precedente) ed una riduzione della disoccupazione che ha raggiunto il 10%, diminuendo dello 0,6% rispetto al secondo trimestre dell'anno e dell'1,3% rispetto allo stesso periodo del 2017.

Nel corso del 2018 si registra una netta accelerazione della dinamica dei prezzi dovuta principalmente a fattori di origine esterna connessi alla combinazione tra aumenti dei costi dei prodotti energetici e deprezzamento dell'euro. L'inflazione attesa nel 2019 è pari all'1,3%.

* * *

Nel 2017 i consumi delle famiglie hanno sfiorato 1.060 miliardi di euro con una crescita reale sull'anno precedente del 2,7%.

In 10 anni la contrazione dei consumi è stata di 27 miliardi di euro a prezzi costanti, circa 21 dei quali nel solo comparto dei trasporti e poco meno di 15 in quello alimentare.

¹ Il quadro previsionale rischia di essere smentito dallo scenario economico che si va delineando. La diminuzione dell'attività nel quarto trimestre 2018 con la conseguente riduzione della crescita già acquisita per il 2019 e il peggioramento delle prospettive del commercio mondiale costituiscono sufficienti indicazioni per ritenere che la crescita del prodotto interno lordo dell'Italia per il 2019 sarà sensibilmente inferiore.

Tab. I1 - Variazione dei consumi delle famiglie nel periodo 2017/2007

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

Capitoli di spesa	mln. di euro
alimentari e bevande non alcoliche	- 14.746
bevande alcoliche, tabacco, narcotici	- 4.994
vestiario e calzature	- 3.059
abitazione, acqua, elettricità, gas ed altri combustibili	7.145
mobili, elettrodomestici e manutenzione della casa	- 8.430
sanità	1.072
trasporti	- 20.918
comunicazioni	4.283
ricreazione e cultura	2.053
istruzione	- 494
alberghi e ristoranti	6.652
- servizi di ristorazione	4.028
beni e servizi vari	4.155
Totale	- 27.093

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Il settore “alberghi e ristoranti” ha guadagnato domanda per oltre di 6,6 miliardi di euro e la ristorazione da sola ha superato i 4 miliardi di euro con un incremento reale del 5,7%.

La spesa delle famiglie in servizi di ristorazione è stata nel 2017 di 82.868 milioni di euro in valore con un incremento reale sull’anno precedente pari al 4,7%.

Fig. I1 - I consumi alimentari delle famiglie

(mld. di euro – anno 2017)

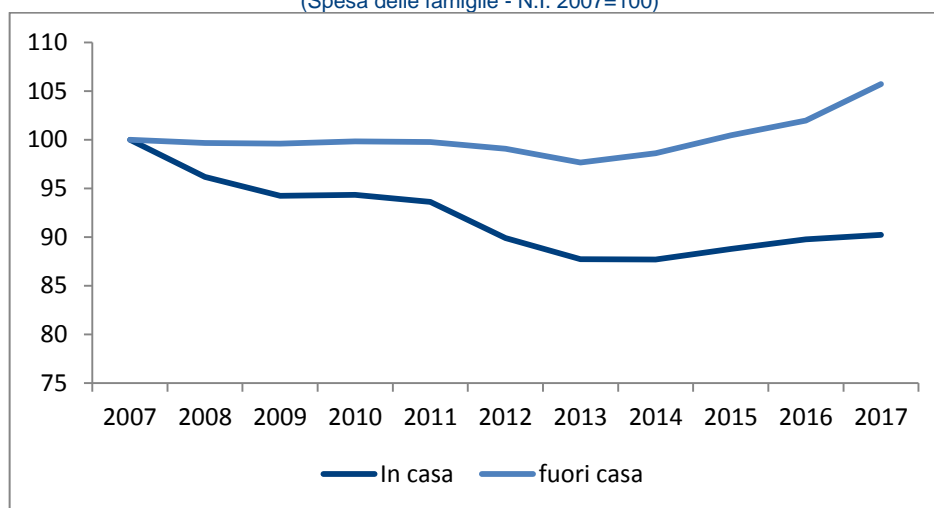


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

L'impatto della crisi sui consumi alimentari in casa (-9,8% pari ad una flessione di 14,7 miliardi di euro tra il 2007 ed il 2017) ha fatto sì che il peso della ristorazione sul totale dei consumi alimentari guadagnasse qualche posizione.

Fig. I2 - Alimentari: in casa vs. fuori casa

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



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

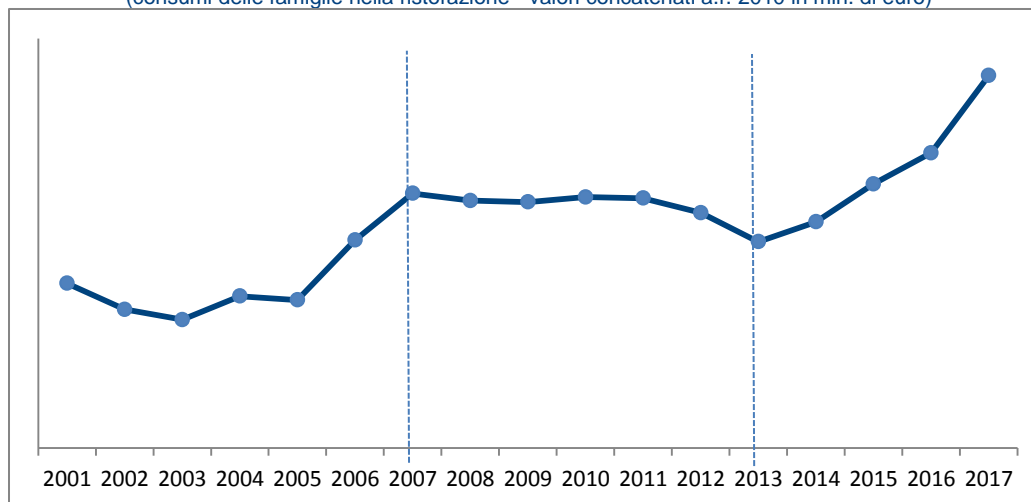
Oggi il 36 per cento della spesa delle famiglie per prodotti alimentari transita fuori casa e il dato più significativo è che mentre i consumi nella ristorazione sono in progressiva crescita quelli in casa diminuiscono.

Nel lungo periodo che va dal 2000 al 2017 il tasso medio annuo di crescita della domanda nella ristorazione è stato dello 0,6%.

Osserviamo in dettaglio i diversi periodi: dal 2000-2007 si registra una crescita, nel periodo successivo fino al 2013 una flessione e poi nuovamente una fase di crescita. In particolare analizzando gli ultimi 10 anni dal 2007 al 2017 il tasso medio annuo è stato del +0,5%.

Fig. I3 - 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 1.617 miliardi di euro per il 63,3% nel canale domestico e per il restante 36,7% nella ristorazione per un valore di 593,4 miliardi di euro.

In Germania la ristorazione rappresenta meno del 30% del totale dei consumi alimentari, sale al 47,9% nel Regno Unito, al 55,4% in Spagna e addirittura al 58,5% in Irlanda. In Italia la quota si attesta al 35,5%, circa cinque punti percentuali al di sopra della Francia.

Dal punto di vista dei valori assoluti l'Italia continua ad essere il terzo mercato della ristorazione in Europa dopo Regno Unito e Spagna con un valore di oltre 80 miliardi di euro.

Tra il 2007 ed il 2017 la variazione dei consumi nella ristorazione, nei 27 paesi UE² è stata positiva ed è ammontata a circa 14 miliardi di euro. Se nel nostro Paese, la ristorazione ha guadagnato tra il 2007 e il 2017, non è andata così in altri paesi come Spagna e Regno Unito che hanno perso rispettivamente 5.400 e 281 milioni di euro.

² Non include la Croazia

Tab. I2 - La variazioni dei consumi alimentari nel periodo 2007-2017

(prezzi costanti – valori in milioni di euro)

	Alimentari e bevande non alcoliche	Ristorazione	Totale alimentari
Belgio	2.971	856	3.827
Bulgaria	660	210	869
Repubblica Ceca	2.162	305	2.467
Danimarca	995	371	1.367
Germania	1.618	5.540	7.158
Estonia	255	10	265
Irlanda	674	1.232	1.905
Grecia	-4.449	-3.519	-7.968
Spagna	- 4.984	-5.421	-10.405
Francia	12.033	3995	16.027
Italia	-14.746	4.028	-10.718
Cipro	330	128	457
Lettonia	- 416	-115	- 531
Lituania	- 571	259	- 312
Lussemburgo	139	81	219
Ungheria	528	1.124	1.652
Malta	-67	212	145
Olanda	1.724	-222	1.502
Austria	- 44	1.223	1.179
Polonia	1.361	2.217	3.579
Portogallo	1.979	-368	1.611
Romania	9.730	-254	9.476
Slovenia	- 29	145	116
Slovacchia	923	-182	741
Finlandia	884	-221	663
Svezia	2.784	2.684	5.468
Regno Unito	8.292	-281	8.011

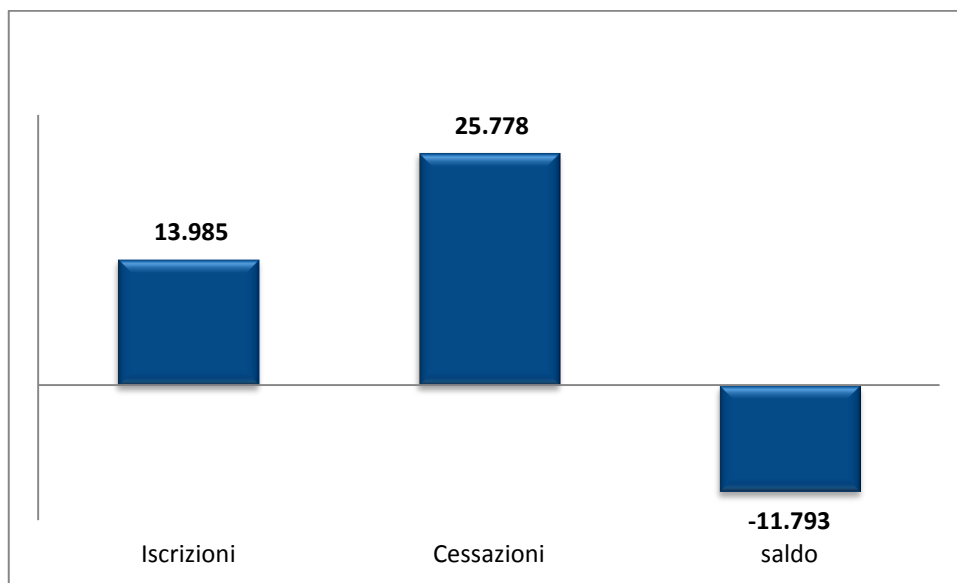
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Eurostat

* * *

Nel 2017 hanno avviato l'attività 13.985 imprese mentre circa 25.700 l'hanno cessata. Il saldo è negativo per oltre 11mila unità.

Nei primi nove mesi del 2018 hanno avviato l'attività 10.616 imprese mentre 19.150 l'hanno cessata determinando un saldo negativo pari a 8.534 unità.

Fig. I4 - Servizi di ristorazione: movimprese 2017

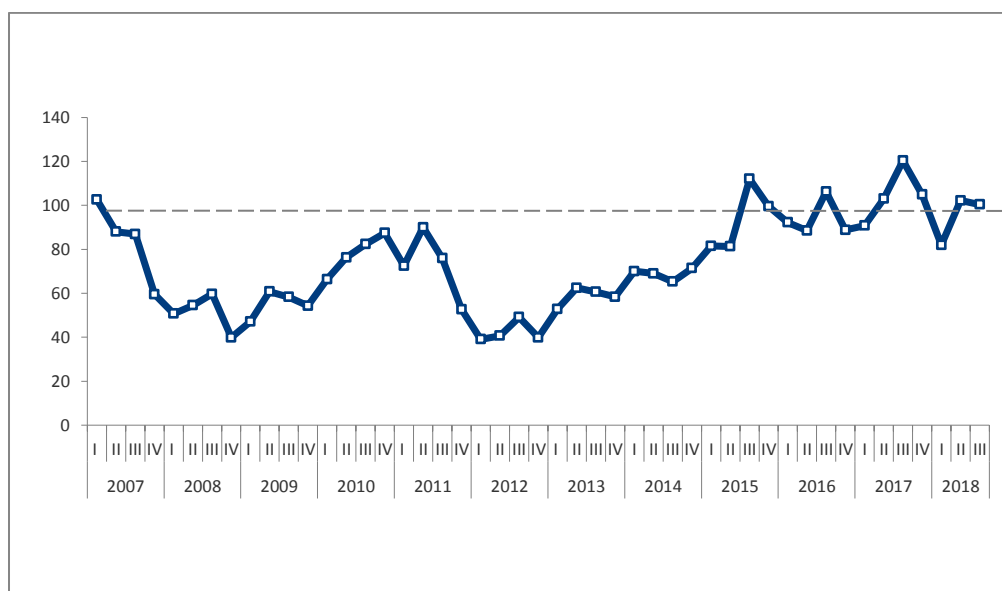


Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Infocamere

* * *

Nel terzo trimestre 2018 il clima di fiducia delle imprese di ristorazione è positivo (100,4) ma perde 20 punti nel confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente.

Fig. I5 - Il clima di fiducia

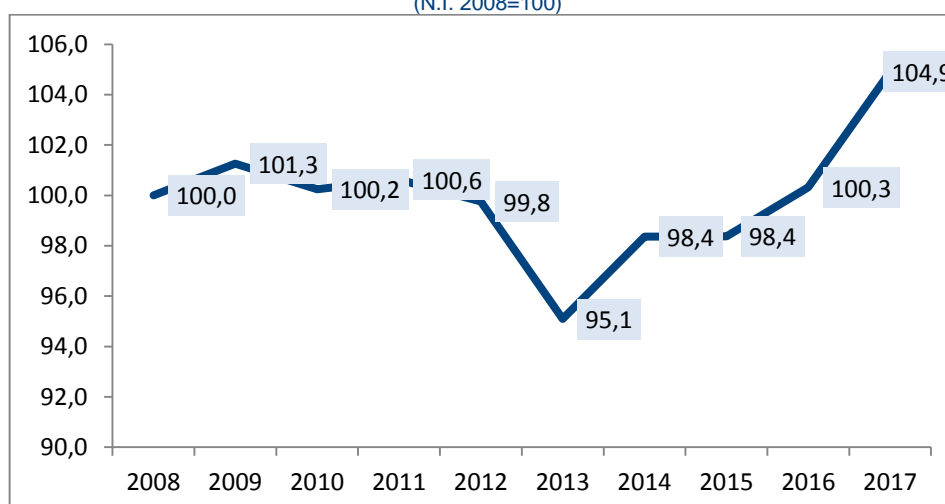


Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Le aspettative per l'ultimo trimestre dell'anno sono positive riguardo alle performance economiche mentre permane qualche incertezza sull'occupazione.

Il valore aggiunto dei servizi di ristorazione è stimato nel 2017 in oltre 43 miliardi di euro. Dopo un periodo di stagnazione e poi di contrazione, a partire dal 2015 l'aggregato ha ripreso un profilo di crescita tornando al di sopra dei livelli pre-crisi.

Fig. I6 - La dinamica del valore aggiunto della ristorazione
(N.I. 2008=100)

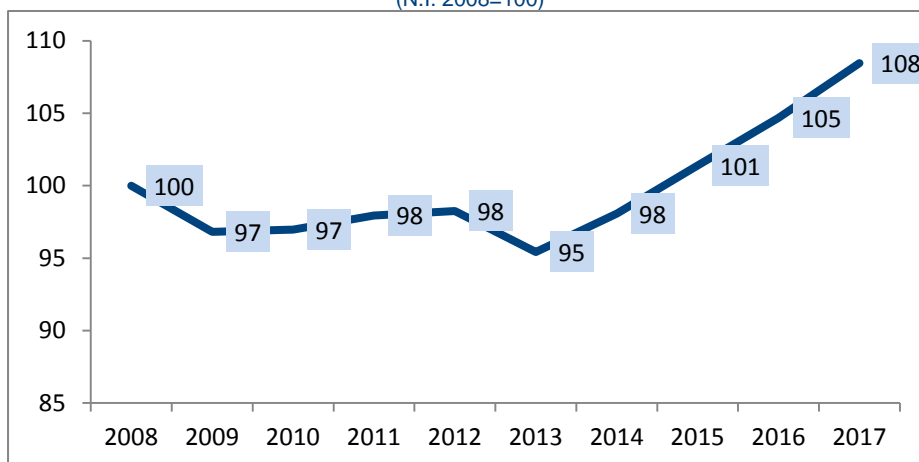


Fonte: stima C.S. Fipe su dati di contabilità nazionale

L'input di lavoro misurato in termini di ore lavorate mostra una dinamica meno robusta di quella delle unità di lavoro. Nel 2017 il fabbisogno di ore lavorate del settore è cresciuto del 3,6%.

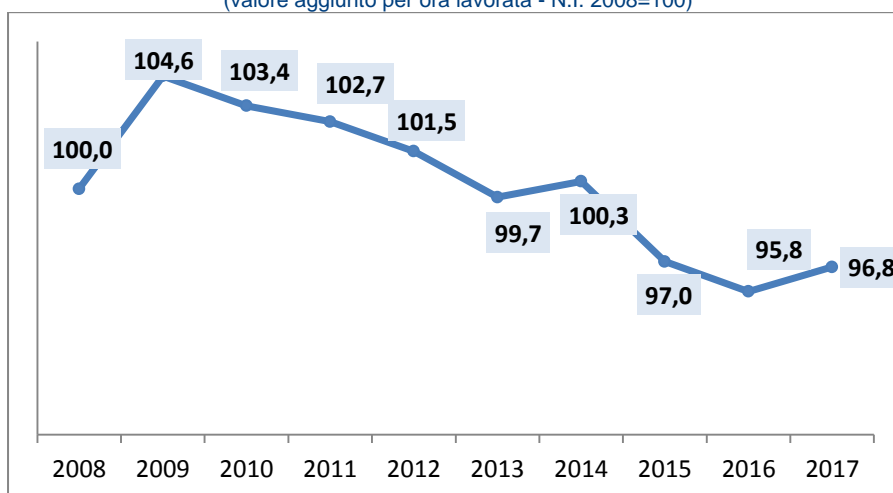
La produttività delle imprese del settore non soltanto è bassa ma mantiene anche un profilo decrescente. Attualmente è inferiore di circa otto punti percentuali rispetto al 2009.

Fig. I7 - Trend delle ore lavorate
(N.I. 2008=100)



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

Fig. I8 - Dinamica della produttività nella ristorazione
(valore aggiunto per ora lavorata - N.I. 2008=100)



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

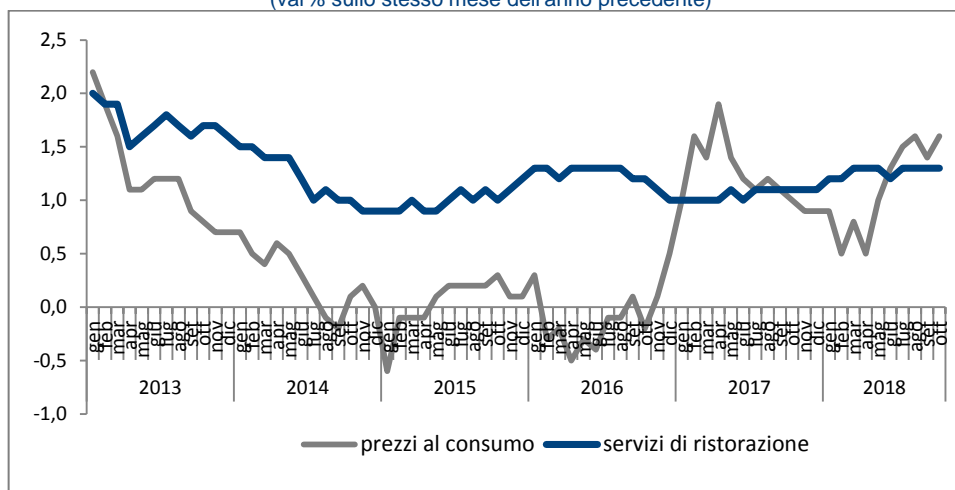
* * *

A ottobre 2018 i prezzi dei servizi di ristorazione (+1,3%) rallentano rispetto all'inflazione generale che registra un aumento dell'1,6%.

I prezzi della ristorazione commerciale (bar, ristoranti, pizzerie, ecc.) hanno fatto registrare una variazione nulla rispetto al mese precedente e dell'1,3% rispetto allo stesso mese di un anno fa. L'inflazione

acquisita si attesta sull'1,3% sia per la ristorazione commerciale che per il totale del settore ed è assai probabile che si chiuderà l'anno con una variazione media prossima a questo valore.

Fig. I9 - Servizi di ristorazione
(var% sullo stesso mese dell'anno precedente)

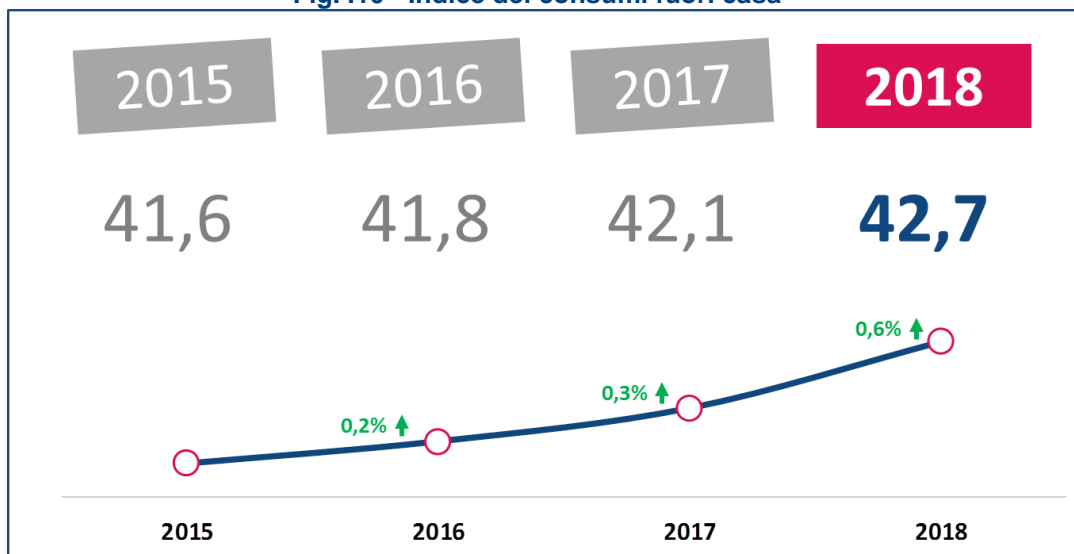


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

L'indice dei consumi fuori casa (ICEO³) si è attestato, nel 2018, a 42,7 in crescita rispetto al 42,1 del 2017.

³ 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. I10 - Indice dei consumi fuori casa

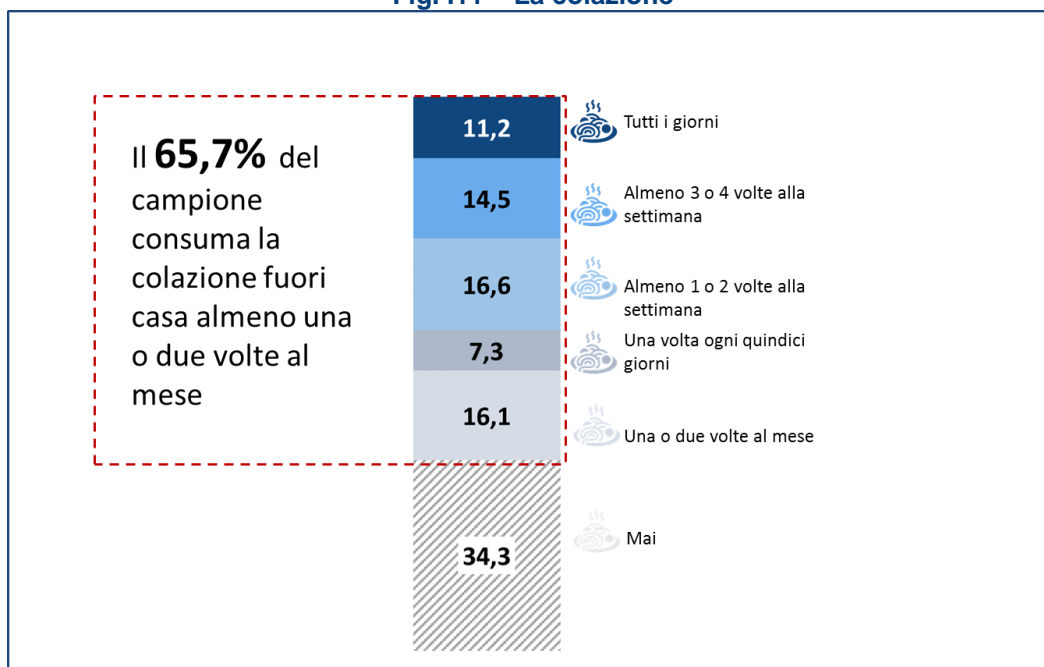


Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

La colazione

Il 65,7% degli intervistati ha dichiarato di aver consumato, nel corso del 2018, la colazione fuori casa almeno una o due volte al mese, l'11,2% ha invece dichiarato un consumo quotidiano.

Fig. I11 – La colazione



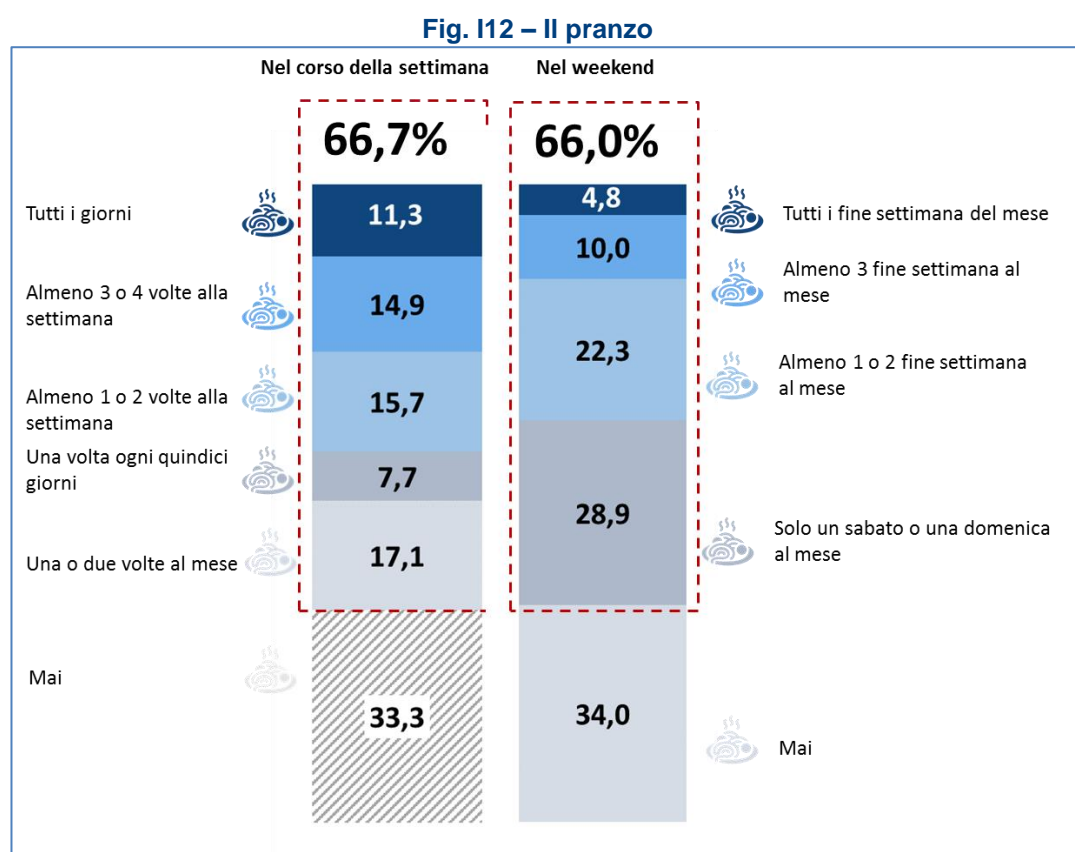
Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Il pranzo

Il 66,7% degli intervistati consuma il pranzo fuori casa almeno una o due volte al mese, l'11,3% pranza fuori casa tutti i giorni.

Oltre il 25% degli intervistati afferma che rispetto al 2017 il consumo di pranzi fuori casa è aumentato, nel 59,4% dei casi è rimasto invariato.

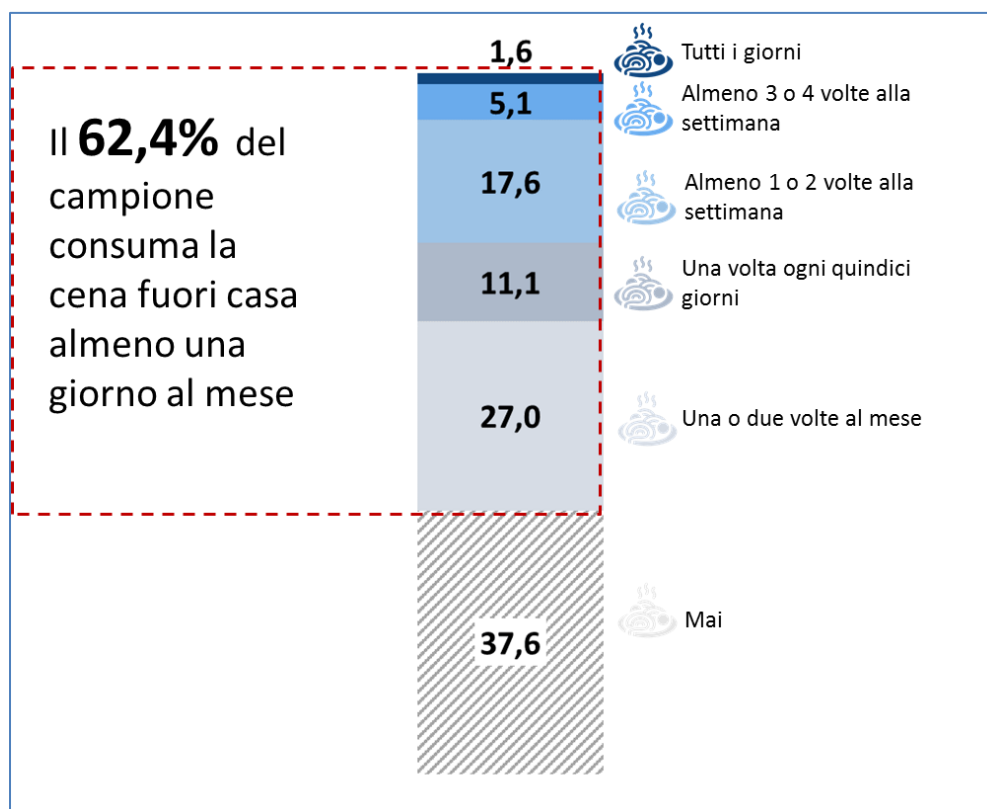
Il 66% degli intervistati consuma il pranzo fuori casa nel week end almeno un sabato o una domenica al mese, il 4,8% pranza fuori casa tutti i fine settimana.



La cena

Il 62,4% dei rispondenti ha affermato di consumare la cena fuori casa almeno uno o due volte al mese. Il 5,1% è solito cenare fuori casa 3 o 4 giorni alla settimana. Gli alimenti che compongono in prevalenza la cena sono la pizza (71,1%) o un secondo piatto (44,6%), aumenta lievemente rispetto al 2017 il consumo di un panino/toast/tramezzino dove solo il 13,2% ha dichiarato di preferirlo per la cena (12,1% nel 2017).

Fig. I13 – La cena



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

1

Il contesto
macroeconomico

1.1 Il contesto internazionale

Nel 2017 l'economia mondiale è cresciuta del 3,7% sostenuta dallo sviluppo delle principali economie avanzate e del commercio mondiale. Nel corso del 2018 la crescita è rimasta solida anche in presenza di un significativo rallentamento del commercio mondiale dovuto ai rischi che discendono dalle misure protezionistiche sull'attività di investimento delle imprese e dall'accentuarsi delle tensioni finanziarie nelle economie emergenti. Al rallentamento delle economie dell'area euro, del Giappone e del Regno Unito fa da contrappeso l'ulteriore espansione dell'economia statunitense, la tenuta dell'economia cinese e la crescita di quella indiana.

Tab. 1 - Scenari macroeconomici
(variazione percentuali)

	2017	2018	2019
PIL			
Mondo	3,7	3,7	3,7
Area Euro	2,4	2,0	1,9
Giappone	1,7	1,1	0,9
Regno Unito	1,7	1,4	1,5
Stati Uniti	2,2	2,9	2,5
Brasile	1,0	1,4	2,4
Cina	6,9	6,6	6,2
India ⁽¹⁾	6,7	7,3	7,4
Russia	1,5	1,7	1,8
Commercio Mondiale ⁽²⁾	5,4	4,4	-

(1) i dati si riferiscono all'anno fiscale con inizio aprile

(2) (2) elaborazioni su dati di contabilità nazionale e doganali

Fonte: FMI, World Economic Outlook, ottobre 2018; Banca d'Italia per il commercio mondiale

Secondo le più recenti previsioni del Fondo Monetario Internazionale nel 2018 e nel 2019 il prodotto mondiale si espanderebbe ad un tasso identico a quello del 2017 in leggera decelerazione rispetto a quelle che erano le attese di metà anno. Sulla base delle stime della Banca d'Italia nel complesso del 2018 la crescita degli scambi commerciali internazionali è stata del 4,4%.

L'inflazione delle principali economie avanzate resta moderata mentre sono numerosi i fattori che contribuiscono ad un aumento dei rischi per le prospettive dell'economia mondiale. Tra i primi vanno individuate le misure protezionistiche adottate dagli Stati Uniti e le ritorsioni provenienti dai partner. Ma non va trascurato l'inasprimento delle condizioni finanziarie nei paesi emergenti che potrebbe generare ampi deflussi di capitale da queste economie.

Resta infine da valutare l'impatto reale che la fuoriuscita del Regno Unito dall'Unione Europea determinerà sul tasso di crescita complessivo.

Nell'area dell'euro l'attività economica, pur continuando a espandersi, ha rallentato nel corso del 2018 ed è atteso un ulteriore rallentamento nel 2019.

L'inflazione si è mantenuta intorno al 2 per cento, ma l'inflazione di fondo stenta a rafforzarsi pur a fronte di una lieve ripresa della dinamica salariale. Secondo le previsioni della BCE la crescita media dei prezzi nell'area euro si fermerà all'1,7% nel corso del 2018.

Su questa prospettiva "pesa" la decisione del Consiglio direttivo della BCE di ridurre in ottobre gli acquisti netti di attività e l'intenzione di terminarli alla fine del 2018 pur riaffermando la necessità di preservare a lungo un ampio grado di accomodamento monetario.

1.2 L'economia italiana

Nel 2017 il prodotto interno lordo è cresciuto dell'1,6% per effetto principalmente della dinamica della domanda interna grazie alla tenuta dei consumi delle famiglie e alla discreta performance degli investimenti. Il tasso di disoccupazione è sceso di cinque decimi di

punto percentuale mentre l'inflazione si è mostrata in significativa risalita seppure dentro un quadro di generale moderazione.

Nell'anno che si è appena concluso la previsione di crescita del prodotto interno lordo (Pil), in attesa del consuntivo del IV trimestre, è indicata nell'1,1% in termini reali, in evidente rallentamento rispetto all'anno precedente, ma sono numerose le evidenze su una crescita inferiore di almeno un paio di decimi di punto percentuale. Su tale dinamica ha pesato il dato del terzo trimestre del 2018 con una contrazione del pil, dopo tre anni di espansione, dello 0,1% rispetto al trimestre precedente e un aumento dello 0,7% nei confronti del terzo trimestre del 2017. I consumi delle famiglie, seppure in significativa decelerazione, e la spesa per investimenti hanno fornito un contributo positivo alla crescita mentre il rallentamento degli scambi internazionali ha determinato un contributo negativo della domanda estera.

La crescita del Pil viene data in lieve accelerazione nel 2019 (+1,3%) grazie ancora al contributo positivo della domanda interna mentre l'apporto della domanda estera netta dovrebbe risultare nullo così come quello della variazione delle scorte⁴.

Nella prima parte del 2018 la crescita dei consumi delle famiglie è stata caratterizzata dal proseguimento della fase di moderazione iniziata alla fine del 2017. In particolare nel secondo trimestre la crescita congiunturale dei consumi delle famiglie ha fatto registrare un rallentamento rispetto al trimestre precedente (+0,1% vs. +0,3%) per effetto della flessione congiunturale della spesa in beni semidurevoli (-1,1% vs. +2,7%). La decelerazione dei consumi del

⁴ Il quadro previsionale rischia di essere smentito dallo scenario economico che si va delineando. La diminuzione dell'attività nel quarto trimestre 2018 con la conseguente riduzione della crescita già acquisita per il 2019 e il peggioramento delle prospettive del commercio mondiale costituiscono sufficienti indicazioni per ritenere che la crescita del prodotto interno lordo dell'Italia per il 2019 sarà sensibilmente inferiore.

secondo trimestre non ha riguardato solo l'Italia ma, sebbene con intensità differenti, anche le principali economie dell'area euro.

Nella media del 2018, la spesa delle famiglie e delle ISP in termini reali è stimata dunque in deciso rallentamento rispetto agli anni precedenti (+0,9%), con un recupero nel 2019 (+1,2%), quando beneficerebbe degli effetti positivi delle politiche fiscali indicate nella Legge di Bilancio. Nel 2018 il processo di ricostituzione dello stock di capitale è proseguito a ritmi sostenuti influenzato sia dal proseguimento del ciclo espansivo dei mezzi di trasporto sia dalle condizioni favorevoli sul mercato del credito. Nella media dell'anno gli investimenti fissi lordi dovrebbero far registrare una crescita del 3,9%.

Tab. 2 - Quadro macroeconomico interno

Anni 2017 - 2019, valori concatenati per le componenti di domanda; variazioni percentuali sull'anno precedente

	2017	2018	2019
Prodotto interno lordo	1,6	1,1	1,3
Importazioni di beni e servizi fob	5,2	2,6	3,5
Esportazioni di beni e servizi fob	5,7	1,6	3,2
DOMANDA INTERNA INCLUSE LE SCORTE	1,3	1,4	1,4
Spesa delle famiglie residenti e delle ISP	1,5	0,9	1,2
Spesa delle AP	-0,1	0	-0,3
Investimenti fissi lordi	4,3	3,9	3,2
CONTRIBUTI ALLA CRESCITA DEL PIL			
Domanda interna (al netto della variazione delle scorte)	1,6	1,3	1,3
Domanda estera netta	0,3	-0,2	0,0
Variazione delle scorte	-0,4	0,0	0,0
Deflatore della spesa delle famiglie residenti	1,1	1,1	1,3
Deflatore del prodotto interno lordo	0,5	1,3	1,3
Retribuzioni lorde per unità di lavoro dipendente	0,3	1,6	1,1
Unità di lavoro	0,9	0,9	0,9
Tasso di disoccupazione	11,2	10,5	10,2
Saldo della bilancia dei beni di servizi /PIL (%)	3,0	2,6	2,5

Fonte: Istat Le prospettive per l'economia italiana nel biennio 2018-2019

Nel 2019 gli investimenti fissi lordi sono previsti espandersi ad un tasso più contenuto (+3,2%) rispetto all'anno precedente sostenuti principalmente dagli investimenti in costruzioni e, in modo più contenuto, dalla spesa in impianti e macchinari.

Gli scambi con l'estero, dopo il forte aumento registrato lo scorso anno, dovrebbero segnare nella media del 2018 su una crescita dell'1,6%. Un rallentamento causato da fattori esterni, primi tra tutti l'indebolimento della domanda mondiale e la perdita di competitività di prezzo nei confronti di Stati Uniti e Cina.

Nel 2019 gli scambi commerciali sono attesi in ripresa sempre che non si intensifichino le politiche di carattere protezionistico. Le esportazioni, sostenute da un deprezzamento dell'euro e dal maggior dinamismo dei principali mercati di sbocco, crescerebbero del 3,2% a fronte di una crescita delle importazioni del 3,5%. Il saldo attivo della bilancia commerciale in percentuale del Pil è previsto sia nel 2018 che nel 2019 in leggera diminuzione rispetto al 2017 (+2,6% e +2,5% rispettivamente nel 2018 e nel 2019).

La dinamica del mercato del lavoro italiano ha seguito quella dell'area euro. I dati più recenti relativi al terzo trimestre del 2018 indicano un ulteriore aumento del tasso di occupazione (+0,1% rispetto al trimestre precedente) ed una riduzione della disoccupazione che ha raggiunto il 10%, diminuendo dello 0,6% rispetto al secondo trimestre dell'anno e dell'1,3% rispetto allo stesso periodo del 2017.

In attesa di conoscere i dati del IV trimestre, l'occupazione espressa in termini di unità di lavoro è stimata, nella media dell'anno, in crescita dello 0,9% in termini di unità di lavoro. Questa dinamica determinerà una progressiva diminuzione del tasso di disoccupazione (10,5%). Nel 2019, la crescita delle unità di lavoro è attesa proseguire allo stesso ritmo (+0,9%), accompagnata da un'ulteriore riduzione della disoccupazione (10,2%).

Nel corso del 2018 va registrata una netta accelerazione della dinamica dei prezzi dovuta principalmente a fattori di origine esterna connessi alla combinazione tra aumenti dei costi dei prodotti energetici e deprezzamento dell'euro. Anche i beni alimentari hanno influito sul

rialzo dell'inflazione mentre non si sono registrate particolari pressioni al rialzo originate da fattori endogeni sia per la moderata dinamica delle retribuzioni che per una dinamica dei consumi ancora modesta. Il deflatore della spesa per consumi finali delle famiglie previsto nella media del 2018 al +1,1% dovrebbe chiudersi ad un tasso leggermente più alto (+1,2%) mentre nel corso del 2019 la dinamica dei prezzi risentirà ancora delle tensioni sul mercato dei prodotti energetici sia per effetto delle quotazioni del petrolio che dell'ulteriore deprezzamento dell'euro. L'inflazione attesa nel 2019 è pari all'1,3%.

1.3 I consumi delle famiglie

Nel 2017 i consumi delle famiglie hanno sfiorato 1.060 miliardi di euro con una crescita reale sull'anno precedente del 2,7%.

Tab. 3 - Spesa sul territorio economico delle famiglie residenti e non residenti
(in milioni di euro correnti - anno 2017)

Capitoli di spesa	v.a.	v. %
alimentari e bevande non alcoliche	150.774	14,2
bevande alcoliche, tabacco, narcotici	43.261	4,1
vestiario e calzature	64.754	6,1
abitazione, acqua, elettricità, gas ed altri combustibili	246.624	23,3
mobili, elettrodomestici e manutenzione della casa	66.116	6,2
sanità	37.379	3,5
trasporti	129.956	12,3
comunicazioni	24.266	2,3
ricreazione e cultura	71.470,4	6,7
istruzione	10.395	1,0
alberghi e ristoranti	109.162	10,3
- servizi di ristorazione	82.868	7,8
beni e servizi vari	105.036	9,9
Totale	1.059.193	100,0

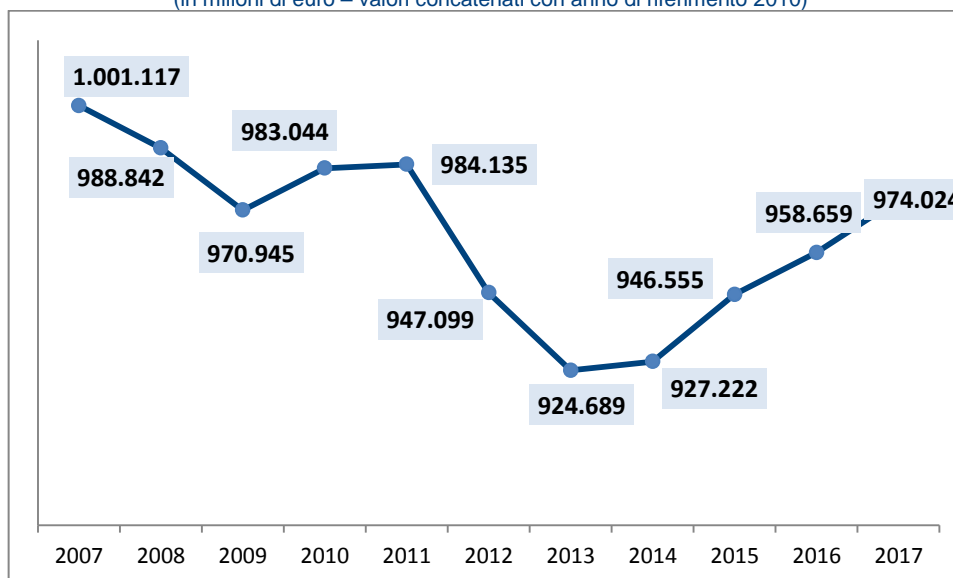
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

I consumi alimentari, in casa e fuori casa, pesano per il 22% sul totale, di poco al di sotto della quota rappresentata dalle spese per l’abitazione.

Un’altra voce importante del budget delle famiglie destinato ai consumi è quella dei trasporti con una quota sul totale superiore al 12%.

In 10 anni la contrazione dei consumi è stata di 27 miliardi di euro a prezzi costanti, circa 21 dei quali nel solo comparto dei trasporti e poco meno di 15 in quello alimentare.

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

Il settore “alberghi e ristoranti” ha guadagnato domanda per oltre di 6,6 miliardi di euro e la ristorazione da sola ha superato i 4 miliardi di euro.

Tab. 4 - Variazione dei consumi delle famiglie nel periodo 2017/2007
(in milioni di euro – valori concatenati con anno di riferimento 2010)

Capitoli di spesa	mln. di euro
alimentari e bevande non alcoliche	- 14.746
bevande alcoliche, tabacco, narcotici	- 4.994
vestiario e calzature	- 3.059
abitazione, acqua, elettricità, gas ed altri combustibili	7.145
mobili, elettrodomestici e manutenzione della casa	- 8.430
sanità	1.072
trasporti	- 20.918
comunicazioni	4.283
ricreazione e cultura	2.053
istruzione	- 494
alberghi e ristoranti	6.652
- <i>servizi di ristorazione</i>	4.028
beni e servizi vari	4.155
Totale	- 27.093

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Approfondimento 1

I consumi per regione⁵

Tra il 2007 ed il 2017 la spesa media mensile delle famiglie italiane è calata del 9,3% pari a 263 euro.

La contrazione riguarda la quasi totalità dei beni e dei servizi. Fanno eccezione le spese per comunicazioni (+10,4%), ricreazione spettacolo e cultura (+4,5%), quelle per "altri beni e servizi" (+3,3%) e quelle per l'abitazione (+1,1%). Per tutte le altre il segno negativo oscilla all'interno di una forchetta compresa tra il -9,7% delle spese per alimentari, bevande e tabacchi ed il -44,5% dell'istruzione.

Al nord vanno particolarmente male Veneto (-20,7%) e Piemonte (-13,9%), al centro Umbria e Marche rispettivamente con -24,4% e -18,4%, al sud Molise (-24,7%) Calabria (-18,9%), e Abruzzo (-16,3%).

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 10 punti percentuali si registrano dinamiche positive in Valle d'Aosta, Trentino Alto Adige, in particolare nella provincia di Bolzano, Friuli V.G., Emilia Romagna, Basilicata.

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 fatta eccezione per la Valle d'Aosta che registra un segno positivo. Le famiglie umbre hanno ridotto la spesa per abbigliamento e calzature del 51,9% nel periodo osservato. Con questi valori difficile sostenere che non si tratti di un cambiamento strutturale dei modelli di consumo. 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 superano a livello Italia il 30% mentre non sono poche le regioni nelle quali la contrazione va oltre il 40%.

Preoccupanti i tagli alle spese per la salute in alcune realtà regionali come Umbria, Molise o la provincia di Trento, mentre sono numerose le regioni in cui la spesa è aumentata ed anche significativamente. E' il caso della provincia autonoma di Bolzano, del Lazio e della Sicilia. 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 3,3% con alcuni importanti picchi in numerose regioni.

⁵ Indagine sui consumi delle famiglie, Istat

Tab. Spesa media mensile delle famiglie per regione
(variazione % 2017/2007 a prezzi 2017)

Regione	totale	alimenti, bevande e tabacchi	Abbigliamento e calzature	Abitazione, acqua, elettricità e altri combustibili, di cui: Mobilili, articoli e servizi per la casa	Servizi sanitari e spese per la salute	Trasporti	Comunicazione	Ricreazione, cultura e spettacoli	Istruzione	Altri beni e servizi	
Piemonte	-13,9	-4,8	-38,8	-3,6	-44,0	-14,3	-30,9	4,4	0,8	-44,0	-10,7
Valle d'Aosta	-3,7	3,9	8,7	10,3	-42,1	3,7	-25,1	7,3	-8,1	-62,4	-12,9
Liguria	-3,9	-8,6	-31,9	1,6	-12,2	5,9	-32,3	34,9	10,5	-42,0	26,6
Lombardia	-7,6	-4,8	-17,9	-4,7	-27,4	2,8	-27,8	19,0	11,4	-28,4	8,6
Trentino Alto Adige	-1,3	4,9	-14,4	11,6	-36,2	-4,7	-19,5	8,1	14,7	-68,4	2,9
Bolzano	4,6	14,2	-14,0	17,0	-27,1	27,9	-7,8	9,8	26,4	-77,1	-5,5
Trento	-7,7	-4,4	-15,4	6,2	-44,5	-24,7	-31,1	5,8	1,6	-58,1	14,3
Veneto	-20,7	-13,2	-38,8	-9,8	-44,0	0,0	-40,5	6,5	-21,4	-43,2	-19,6
Friuli-Venezia Giulia	-8,7	1,7	-38,8	2,3	-31,8	7,3	-41,9	31,0	7,2	-41,1	-0,3
Emilia-Romagna	-6,1	2,2	-32,9	-1,0	-39,6	12,3	-24,5	8,4	18,9	-28,5	5,4
Toscana	-4,4	-7,9	-39,7	2,3	-12,8	15,8	-28,7	12,3	28,3	-31,3	17,0
Umbria	-24,4	-20,0	-51,9	-7,8	-59,2	-28,8	-41,5	-7,2	-8,7	-67,3	-16,9
Marche	-18,4	-17,9	-48,0	-3,5	-33,2	-22,7	-34,9	-18,6	-22,1	-48,3	-9,5
Lazio	-3,8	-16,5	-40,7	11,4	-23,4	33,7	-29,2	7,4	16,3	-45,2	19,0
Abruzzo	-16,3	-17,5	-46,5	2,5	-50,2	5,5	-33,6	-16,7	-7,6	-60,3	-8,1
Molise	-24,7	-20,8	-28,6	-15,0	-53,3	-30,6	-32,3	12,2	-18,2	-50,8	-28,2
Campania	-8,5	-14,2	-18,4	2,2	-34,3	23,2	-31,1	12,0	14,2	-55,9	6,6
Puglia	-7,1	-12,9	-42,2	15,6	-23,9	15,7	-20,6	0,8	1,1	-71,2	1,6
Basilicata	-8,5	0,8	-11,7	-1,6	-50,0	24,5	-23,2	16,5	-12,0	-70,5	-1,3
Calabria	-18,9	-18,3	-42,5	-2,6	-37,4	9,8	-40,6	9,2	-31,4	-65,0	-7,0
Sicilia	-3,4	-13,6	-32,6	16,3	-23,1	42,7	-22,7	22,8	-7,5	-51,9	21,8
Sardegna	-9,3	-6,6	-45,7	5,6	-6,4	1,6	-38,5	-1,8	-10,4	-63,2	8,9
Italia	-9,3	-9,7	-33,0	1,1	-32,2	7,9	-30,3	10,4	4,5	-44,5	3,3

Fonte: elaborazione C.S. Fiipe su dati Istat

Tab. Spesa media mensile delle famiglie per regione
(variazione assoluta 2017/2007 a prezzi 2017)

Regione	totale	alimenti, bevande e tabacchi	Abbigliament o e calzature	Abitazione, acqua, elettricità e altri combustibili, di cui: Mobili, articoli e servizi per la casa	Servizi sanitari e spese per la salute	Trasporti	Comunicazion i	Ricreazione, spettacoli e cultura	Istruzione	Altri beni e servizi	
Piemonte	-427,64	-26,64	-74,53	-33,39	-85,56	-19,70	-139,87	2,65	1,19	-12,87	-39,11
Valle d'Aosta	-108,89	20,40	15,55	95,00	-81,04	-94,28	4,50	-12,88	-13,88	-47,70	
Liguria	-89,43	-45,90	-40,57	13,88	-13,88	6,45	-103,74	16,21	11,35	-8,78	65,37
Lombardia	-250,39	-26,54	-33,93	-50,23	-52,07	4,29	-144,21	11,36	16,73	-8,85	32,86
Trentino Alto Adige	-41,25	24,81	-23,73	113,72	-73,43	-6,47	-87,82	5,64	24,49	-29,39	10,92
Bolzano	150,52	73,15	-26,23	171,50	-54,11	30,44	-36,05	7,58	47,59	-37,41	-25,93
Trento	-226,30	-21,39	-22,11	58,64	-81,44	-40,19	-136,34	3,60	2,42	-22,05	42,55
Veneto	-720,52	-71,46	-78,67	-106,99	-81,99	-0,04	-241,27	4,08	-36,70	-16,03	-81,55
Friuli-Venezia Giulia	-249,41	7,90	-55,88	21,51	-50,81	8,33	-189,77	15,95	10,45	-9,99	-1,12
Emilia-Romagna	-181,28	10,89	-57,11	-11,01	-76,92	15,35	-117,30	5,20	26,80	-7,91	21,17
Toscana	-130,64	-43,88	-67,01	23,90	-17,85	17,37	-134,35	7,78	36,50	-6,53	53,21
Umbria	-753,68	-118,03	-99,18	-69,20	-133,14	-33,58	-206,57	-4,88	-12,24	-20,31	-56,73
Marche	-521,24	-107,02	-82,74	-30,47	-46,41	-24,70	-154,19	-10,73	-26,67	-9,24	-29,08
Lazio	-107,34	-97,88	-89,71	111,59	-32,04	31,50	-108,73	4,44	18,82	-14,02	48,88
Abruzzo	-418,72	-98,37	-100,09	18,55	-73,90	4,50	-118,04	-9,93	-7,99	-17,04	-16,43
Molise	-692,00	-126,55	-59,43	-108,00	-118,09	-40,08	-116,25	7,08	-22,52	-21,57	-86,55
Campania	-186,55	-88,96	-26,18	14,88	-45,64	17,59	-84,70	6,17	12,66	-13,60	13,28
Puglia	-163,47	-73,44	-84,29	95,89	-32,48	12,88	-61,10	0,45	1,03	-25,92	3,55
Basilicata	-188,75	4,46	-18,89	-9,20	-85,29	21,56	-72,56	8,50	-9,25	-25,21	-2,90
Calabria	-422,00	-110,72	-76,34	-13,51	-52,04	9,65	-126,17	5,03	-30,74	-13,28	-13,92
Sicilia	-68,56	-73,12	-55,61	86,00	-25,51	31,91	-63,08	11,41	-5,34	-11,87	36,63
Sardegna	-214,81	-33,99	-69,39	39,83	-8,17	1,39	-135,38	-1,00	-10,20	-14,15	16,22
Italia	-263,34	-53,73	-58,73	10,11	-52,12	8,94	-126,36	5,97	5,55	-12,85	9,87

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 2017 di 82.868 milioni di euro in valore con un incremento reale sull'anno precedente pari al 4,7%.

Fig. 2 - I consumi alimentari delle famiglie
(mld. di euro – anno 2017)

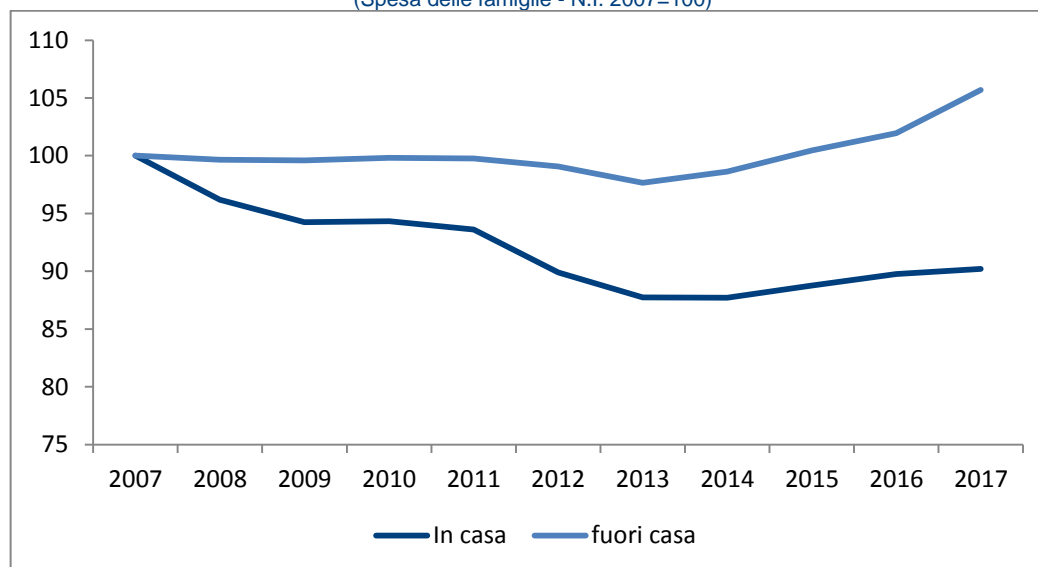


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

L'impatto della crisi sui consumi alimentari in casa (-9,8% pari ad una flessione di 14,7 miliardi di euro tra il 2007 ed il 2017) ha fatto sì che il peso della ristorazione sul totale dei consumi alimentari guadagnasse ulteriori posizioni. La ristorazione assume un ruolo sempre più rilevante nei consumi alimentari degli italiani non soltanto dal punto di vista quantitativo ma anche da quello qualitativo. Oggi il 36 per cento della spesa delle famiglie per prodotti alimentari transita fuori casa e il dato più significativo è che mentre i consumi nella ristorazione sono in crescita quelli in casa diminuiscono. Negli ultimi dieci anni i consumi delle famiglie nei servizi di ristorazione hanno registrato un incremento reale del 5,7%, pari a 4,0 miliardi di euro.

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

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

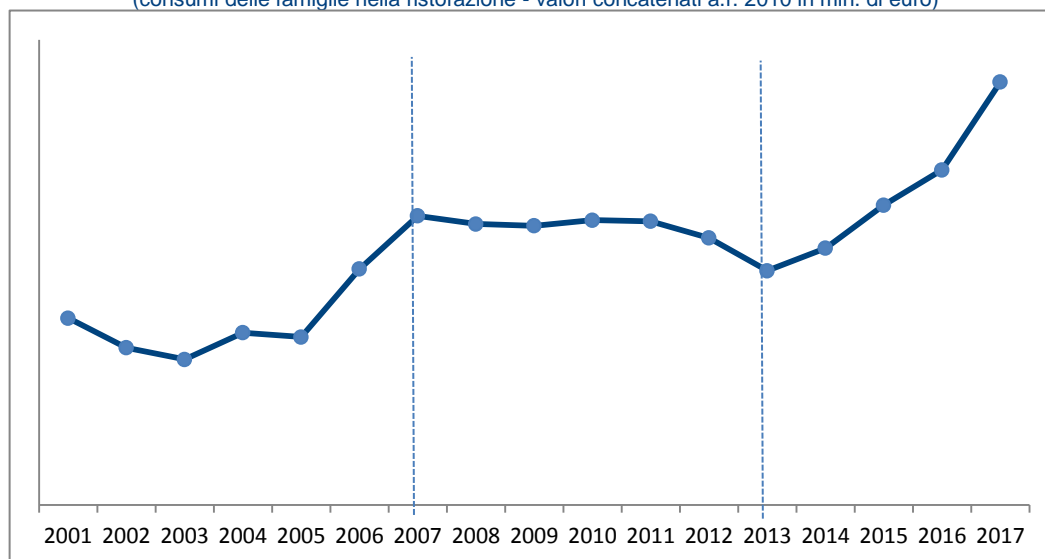


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Nel lungo periodo che va dal 2000 al 2017 il tasso medio annuo di crescita della domanda nella ristorazione è stato dello 0,6%.

Fig. 4 - Quanto è costata la crisi

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



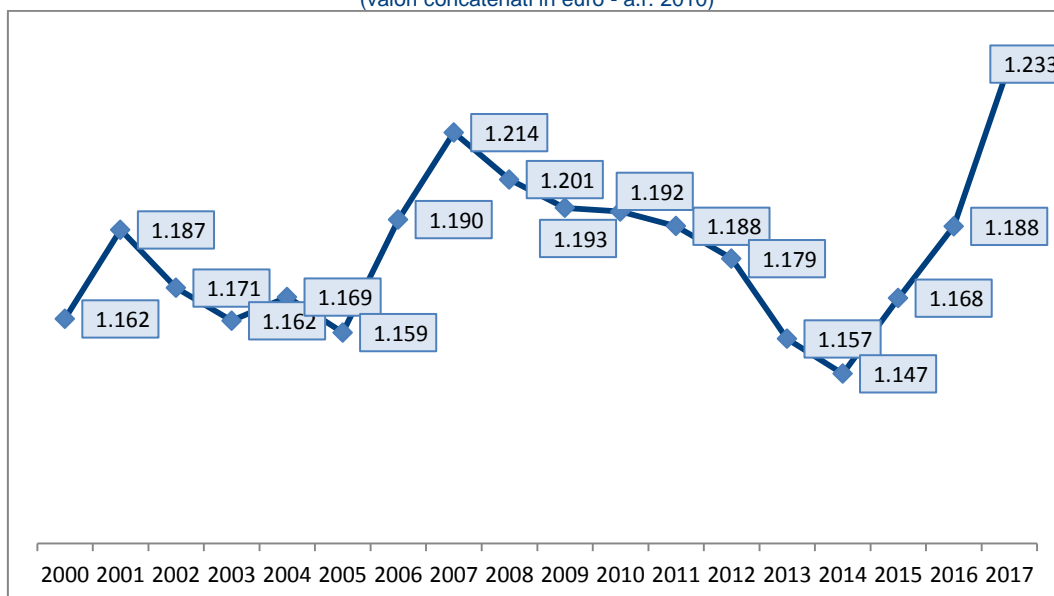
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

In dettaglio la dinamica nei diversi periodi: dal 2000-2007 in crescita, nel periodo successivo, fino al 2013, in flessione e poi nuovamente in crescita. In particolare, analizzando gli ultimi 10 anni dal 2007 al 2017, il tasso medio annuo è stato del +0,5%.

Nel 2017 si è ulteriormente consolidato il percorso di crescita avviato a partire dal 2014.

Tuttavia i consumi nei servizi di ristorazione sono cresciuti, rispetto al 2007, di appena 19 euro 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

1.5 La ristorazione italiana nel contesto europeo

I consumi alimentari valgono in Europa 1.617 miliardi di euro per il 63,3% nel canale domestico e per il restante 36,7% nella ristorazione pari a 593,4 miliardi di euro.

Tab. 5 - I consumi alimentari in Europa⁶
(anno 2017 - prezzi correnti – valori in milioni di euro)

	Alimentari e bevande non alcoliche	Ristorazione	Totale alimentari
Belgio	28.472,1	12.286,4	40.759
Bulgaria	6.357	1.486	7.844
Repubblica Ceca	15.135	6.112	21.247
Danimarca	15.298	6.801	22.099
Germania	174.238	74.367	248.605
Estonia	2.416	758	3.174
Irlanda	8.375	11.796	20.171
Grecia	22.295	16.302	38.597
Spagna	85.024	105.503	190.527
Francia	159.759	68.971	228.730
Italia	150.774	82.868	233.641
Cipro	2.045	1.295	3.340
Lettonia	2.853	811	3.664
Lituania	5.734	775	6.509
Lussemburgo	1.697	1.103	2.799
Ungheria	11.364	4.659	16.023
Malta	733	771	1.505
Olanda	36.626	20.595	57.221
Austria	18.951	20.062	39.013
Polonia	45.804	7.845	53.648
Portogallo	22.210	11.780	33.990
Romania	31.910	2.202	34.112
Slovenia	3.476	1.294	4.770
Slovacchia	8.319	2.495	10.814
Finlandia	13.403	7.043	20.446
Svezia	25.514	11.697	37.211
Regno Unito	118.516	109.163	227.679

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Eurostat

Il peso della ristorazione sul complesso dei consumi alimentari non segue soltanto l'intuitiva relazione con il livello di benessere della società ma dipende in larga misura dai modelli di consumo in auge nei diversi paesi.

⁶ Non include la Croazia

Ecco allora che mentre in Germania la ristorazione rappresenta meno del 30% del totale dei consumi alimentari, la stessa sale al 47,9% nel Regno Unito, al 55,4% in Spagna e addirittura al 58,5% in Irlanda. In Italia la quota si attesta al 35,5%, circa cinque 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 80 miliardi di euro.

Tab. 6 - La variazione dei consumi alimentari nel periodo 2007-2017

(prezzi costanti – valori in milioni di euro)

	Alimentari e bevande non alcoliche	Ristorazione	Totale alimentari
Belgio	2.971	856	3.827
Bulgaria	660	210	869
Repubblica Ceca	2.162	305	2.467
Danimarca	995	371	1.367
Germania	1.618	5.540	7.158
Estonia	255	10	265
Irlanda	674	1.232	1.905
Grecia	-4.449	-3.519	-7.968
Spagna	-4.984	-5.421	-10.405
Francia	12.033	3995	16.027
Italia	-14.746	4.028	-10.718
Cipro	330	128	457
Lettonia	-416	-115	-531
Lituania	-571	259	-312
Lussemburgo	139	81	219
Ungheria	528	1.124	1.652
Malta	-67	212	145
Olanda	1.724	-222	1.502
Austria	-44	1.223	1.179
Polonia	1.361	2.217	3.579
Portogallo	1.979	-368	1.611
Romania	9.730	-254	9.476
Slovenia	-29	145	116
Slovacchia	923	-182	741
Finlandia	884	-221	663
Svezia	2.784	2.684	5.468
Regno Unito	8.292	-281	8.011

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Eurostat

In Europa, tra il 2007 ed il 2017, la variazione della domanda nel mercato della ristorazione è stata positiva per circa 14 miliardi di euro. Da sottolineare la buona performance della domanda in Italia dove la variazione cumulata è stata di circa 4 miliardi di euro a fronte di un taglio nei consumi alimentari in casa di oltre 14 miliardi di euro e di oltre 27 miliardi di euro a livello complessivo. Se nel nostro Paese, tra il 2007 e il 2017, la ristorazione è cresciuta, non è stato così in paesi come Spagna e Regno Unito che hanno perso rispettivamente 5.421 e 281 milioni di euro.

2

La consistenza delle imprese

2.1 Il settore complessivo

A dicembre del 2017 negli archivi delle Camere di Commercio italiane risultavano attive 333.647 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 2017)

Regione	Valori assoluti	valori %
Piemonte	23.773	7,1
Valle d'Aosta	1.111	0,3
Lombardia	50.925	15,3
Trentino A.A.	5.739	1,7
Veneto	26.251	7,9
Friuli V. Giulia	7.201	2,2
Liguria	12.643	3,8
Emilia Romagna	25.401	7,6
Toscana	22.306	6,7
Umbria	4.660	1,4
Marche	8.462	2,5
Lazio	36.882	11,1
Abruzzo	8.319	2,5
Molise	1.916	0,6
Campania	32.118	9,6
Puglia	19.473	5,8
Basilicata	2.755	0,8
Calabria	10.722	3,2
Sicilia	22.006	6,6
Sardegna	10.984	3,3
Italia	333.647	100,0

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 15,3%, seguita da Lazio (11,1%) e Campania (9,6%). La diffusione delle imprese, come è noto, dipende 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 influiscano anche variabili di carattere economico.

Una realtà, quella dei pubblici esercizi, ampiamente diffusa in ogni regione, in particolare nel mezzogiorno, e che non ha eguali in nessun'altra tipologia di servizio alle persone presente in Italia. La ditta individuale resta la forma giuridica prevalente, in particolare nelle regioni del Mezzogiorno dove la quota sul totale raggiunge soglie che superano il 70% del numero complessivo delle imprese attive come nel 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 2017)

Regione	Societa' di capitale	Societa' di persone	ditte individuali	Altre forme	Totale
Piemonte	8,7	38,2	52,1	1,1	100,0
Valle d'Aosta	8,2	44,9	45,9	1,0	100,0
Lombardia	19,0	30,4	49,1	1,6	100,0
Trentino A.A.	8,0	40,7	50,3	1,0	100,0
Veneto	13,0	38,1	48,2	0,6	100,0
Friuli V. Giulia	11,5	31,8	55,9	0,8	100,0
Liguria	10,8	39,5	49,0	0,7	100,0
Emilia Romagna	15,7	37,7	45,9	0,7	100,0
Toscana	19,8	37,5	41,5	1,3	100,0
Umbria	19,6	37,4	41,7	1,4	100,0
Marche	15,8	34,2	48,8	1,3	100,0
Lazio	35,5	20,9	42,1	1,5	100,0
Abruzzo	18,0	30,6	50,5	0,9	100,0
Molise	14,8	21,2	62,8	1,1	100,0
Campania	20,5	27,7	51,0	0,8	100,0
Puglia	16,6	19,4	62,9	1,1	100,0
Basilicata	14,8	17,9	64,6	2,7	100,0
Calabria	11,5	16,4	71,4	0,7	100,0
Sicilia	16,4	17,8	63,8	2,1	100,0
Sardegna	16,6	28,7	52,6	2,0	100,0
Nord Ovest	14,9	34,0	49,8	1,3	100,0
Nord Est	13,5	37,5	48,3	0,7	100,0
Centro	27,3	28,6	42,6	1,4	100,0
Sud e Isole	17,2	23,0	58,4	1,3	100,0
Italia	18,1	29,9	50,8	1,2	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

La quota di società di capitale, pur minoritaria, è significativa in alcune regioni come nel Lazio dove rappresentano una presenza importante.

2.2 Il comparto bar

Il bar è una delle articolazioni forti della rete dei pubblici esercizi. Nei registri delle Camere di Commercio si contano 149.154 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 2017)

Regione	Valori assoluti	valori %
Piemonte	10.597	7,1
Valle d'Aosta	507	0,3
Lombardia	24.859	16,7
Trentino A.A.	2.618	1,8
Veneto	12.420	8,3
Friuli V. Giulia	3.487	2,3
Liguria	5.955	4,0
Emilia Romagna	11.742	7,9
Toscana	8.842	5,9
Umbria	2.053	1,4
Marche	3.424	2,3
Lazio	15.652	10,5
Abruzzo	3.279	2,2
Molise	897	0,6
Campania	14.627	9,8
Puglia	8.449	5,7
Basilicata	1.419	1,0
Calabria	4.560	3,1
Sicilia	8.640	5,8
Sardegna	5.127	3,4
Italia	149.154	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

Il 54,2% di queste imprese è una ditta individuale e la variabilità regionale intorno a questo valore è assai sostenuta. La forbice va dal valore minimo dell'Umbria (43,1%) a quello massimo della Calabria (77,3%). Il 31,3% delle imprese sono società di persone, mentre la quota delle società di capitale è di poco al di sopra del 13%. In tale

contesto merita una segnalazione il (modesto) 13% della Lombardia al Nord, il 27,6% del Lazio al centro e il 16,3% della Campania al Sud. Alle "altre forme giuridiche" che ricomprendono, ad esempio, le cooperative va la quota residua dell'1,2%.

Tab. 12 - Bar e altri esercizi simili senza cucina
(Distribuzione % delle imprese attive per forma giuridica- anno 2017)

Regione	Societa' di capitale	Societa' di persone	ditte individuali	Altre forme	Totale
Piemonte	5,7	39,7	53,5	1,1	100,0
Valle d'Aosta	6,1	44,0	48,1	1,8	100,0
Lombardia	13,0	31,5	53,2	2,3	100,0
Trentino A.A.	5,6	41,0	52,3	1,1	100,0
Veneto	8,3	39,1	52,0	0,6	100,0
Friuli V. Giulia	8,3	30,1	60,7	0,9	100,0
Liguria	7,4	40,2	51,8	0,6	100,0
Emilia Romagna	10,4	41,3	47,4	0,9	100,0
Toscana	15,0	40,1	43,5	1,4	100,0
Umbria	15,4	40,0	43,1	1,4	100,0
Marche	11,1	36,7	50,8	1,3	100,0
Lazio	27,6	22,7	48,4	1,3	100,0
Abruzzo	14,0	31,3	54,1	0,6	100,0
Molise	11,5	19,0	69,1	0,4	100,0
Campania	16,3	28,9	54,2	0,6	100,0
Puglia	13,4	18,6	67,2	0,9	100,0
Basilicata	11,8	16,3	69,3	2,5	100,0
Calabria	8,7	13,6	77,3	0,4	100,0
Sicilia	13,1	17,7	67,5	1,7	100,0
Sardegna	13,7	32,4	52,2	1,7	100,0
Nord Ovest	10,3	34,9	53,0	1,8	100,0
Nord Est	8,9	39,1	51,2	0,8	100,0
Centro	21,2	30,6	46,9	1,3	100,0
Sud e Isole	13,8	23,5	61,7	1,0	100,0
Italia	13,3	31,3	54,2	1,2	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

2.3 Il comparto ristoranti

Il numero delle imprese registrate con il codice di attività 56.1 (ristoranti e attività di ristorazione mobile) ammonta a 181.317 unità.

Tab. 13 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile

(Distribuzione delle imprese attive - anno 2017)

Regione	Valori assoluti	valori %
Piemonte	13.005	7,2
Valle d'Aosta	600	0,3
Lombardia	25.439	14,0
Trentino A.A.	3.051	1,7
Veneto	13.671	7,5
Friuli V. Giulia	3.683	2,0
Liguria	6.613	3,6
Emilia Romagna	13.512	7,5
Toscana	13.227	7,3
Umbria	2.552	1,4
Marche	4.976	2,7
Lazio	20.776	11,5
Abruzzo	4.959	2,7
Molise	996	0,5
Campania	17.122	9,4
Puglia	10.892	6,0
Basilicata	1.299	0,7
Calabria	6.051	3,3
Sicilia	13.143	7,2
Sardegna	5.750	3,2
Italia	181.317	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

Si consolida ulteriormente il peso dei ristoranti come effetto del combinato disposto tra evoluzione del mercato e cambiamento del sistema delle regole. Gli imprenditori scelgono la formula del ristorante, anziché del bar, perché consente margini di manovra più ampi per rispondere alle esigenze dei consumatori. Anche tra i ristoranti la maggioranza è costituita da ditte individuali. Poco meno di una su due ha scelto di operare con questa forma giuridica.

E' ancora al Sud e sempre in Calabria che le ditte individuali arrivano a sfiorare soglie del 70%.

Le società di capitale sono il 21,6% del totale con punte del 41% nel Lazio e del 24% in Lombardia.

Interessante questo scostamento tra Lombardia e Lazio soprattutto se messo in relazione al differente livello di evoluzione dei format di offerta che si riscontrano nelle due regioni. Occorre rilevare che la

Lombardia, ad eccezione di Milano, è ancora largamente ancorata a modelli più tradizionali di organizzazione imprenditoriale.

Tab. 14 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile
(Distribuzione % delle imprese attive per forma giuridica- anno 2017)

Regione	Società' di capitale	Società' di persone	ditte individuali	Altre forme	Totale
Piemonte	11,0	37,0	51,1	0,9	100,0
Valle d'Aosta	9,8	45,7	44,3	0,2	100,0
Lombardia	24,0	29,7	45,5	0,7	100,0
Trentino A.A.	9,8	40,7	48,9	0,6	100,0
Veneto	17,0	37,5	44,9	0,5	100,0
Friuli V. Giulia	14,4	33,3	51,6	0,6	100,0
Liguria	13,7	39,0	46,7	0,7	100,0
Emilia Romagna	20,1	34,6	44,8	0,5	100,0
Toscana	22,6	36,0	40,4	1,0	100,0
Umbria	22,6	35,5	40,9	1,0	100,0
Marche	18,7	32,6	47,6	1,1	100,0
Lazio	41,0	19,8	37,8	1,5	100,0
Abruzzo	20,3	30,5	48,5	0,7	100,0
Molise	17,8	23,7	58,0	0,5	100,0
Campania	23,7	26,9	48,8	0,6	100,0
Puglia	18,7	20,2	60,1	1,1	100,0
Basilicata	17,8	19,7	60,6	1,9	100,0
Calabria	13,0	18,6	67,8	0,6	100,0
Sicilia	18,1	17,9	62,0	2,0	100,0
Sardegna	19,0	25,6	53,4	2,0	100,0
Nord Ovest	18,6	33,3	47,3	0,8	100,0
Nord Est	17,3	36,2	46,0	0,5	100,0
Centro	31,3	27,4	40,0	1,3	100,0
Sud e Isole	19,5	22,9	56,4	1,2	100,0
Italia	21,6	29,0	48,4	1,0	100,0

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 circa 3.200, concentrate principalmente in Lombardia, Lazio, Campania e Toscana.

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

(Distribuzione delle imprese attive- anno 2017)

Regione	Valori assoluti	valori %
Piemonte	171	5,4
Valle d'Aosta	4	0,1
Lombardia	627	19,7
Trentino A.A.	70	2,2
Veneto	160	5,0
Friuli V. Giulia	31	1,0
Liguria	75	2,4
Emilia Romagna	147	4,6
Toscana	237	7,5
Umbria	55	1,7
Marche	62	2,0
Lazio	454	14,3
Abruzzo	81	2,6
Molise	23	0,7
Campania	369	11,6
Puglia	132	4,2
Basilicata	37	1,2
Calabria	111	3,5
Sicilia	223	7,0
Sardegna	107	3,4
Italia	3.176	100

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 da segnalare la sostanziale differenza di questo comparto dagli altri fin qui analizzati.

Le ditte individuali non sono più maggioranza mentre lo diventano le società di capitale con una quota sul totale di oltre il 42,0%.

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

La presenza delle cooperative si fa significativa, in particolare nel Mezzogiorno dove raggiunge la quota del 20% sul totale.

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

(Distribuzione % delle imprese attive per forma giuridica- dicembre 2017)

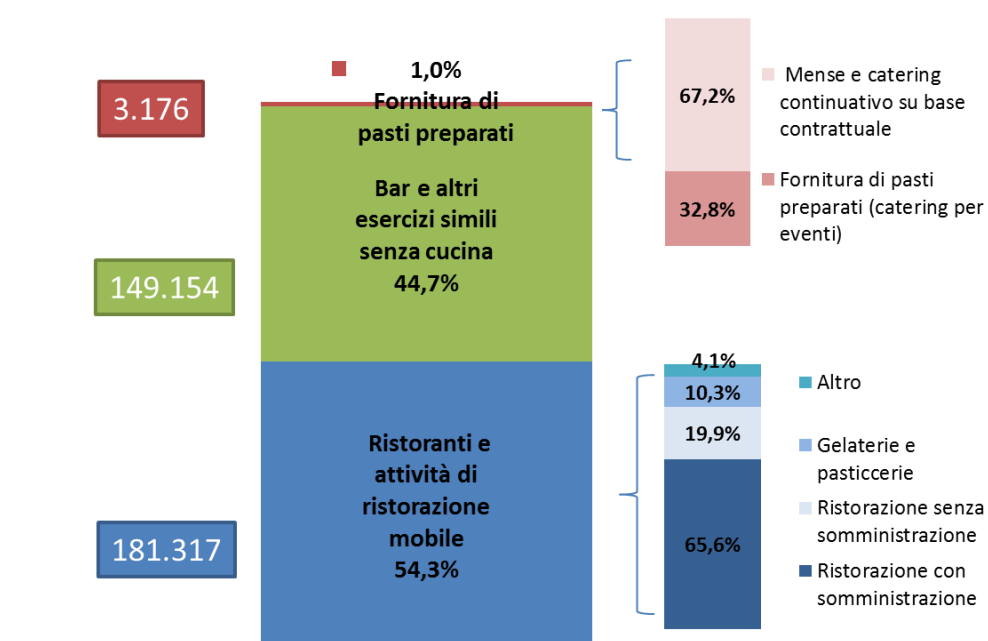
Regione	Societa' di capitale	Societa' di persone	ditte individuali	Altre forme	Totale
Piemonte	25,7	31,0	33,3	9,9	100,0
Valle d'Aosta	25,0	50,0	-	25,0	100,0
Lombardia	49,3	15,9	27,9	6,9	100,0
Trentino A.A.	17,1	30,0	35,7	17,1	100,0
Veneto	41,3	18,8	30,0	10,0	100,0
Friuli V. Giulia	32,3	25,8	29,0	12,9	100,0
Liguria	25,3	33,3	32,0	9,3	100,0
Emilia Romagna	36,7	23,8	32,0	7,5	100,0
Toscana	41,8	19,0	29,5	9,7	100,0
Umbria	34,5	23,6	20,0	21,8	100,0
Marche	38,7	25,8	24,2	11,3	100,0
Lazio	59,3	9,7	20,7	10,4	100,0
Abruzzo	37,0	13,6	32,1	17,3	100,0
Molise	17,4	4,3	21,7	56,5	100,0
Campania	43,1	19,2	21,4	16,3	100,0
Puglia	45,5	6,8	29,5	18,2	100,0
Basilicata	21,6	16,2	24,3	37,8	100,0
Calabria	40,5	11,7	29,7	18,0	100,0
Sicilia	36,8	13,5	26,9	22,9	100,0
Sardegna	28,0	23,4	29,9	18,7	100,0
Nord Ovest	42,5	20,5	29,2	7,8	100,0
Nord Est	34,8	23,0	31,6	10,5	100,0
Centro	50,9	14,6	23,5	11,0	100,0
Sud e Isole	38,6	15,3	26,1	19,9	100,0
Italia	42,3	17,6	27,0	13,1	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

2.5 La segmentazione delle imprese

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

Fig. 6 – La segmentazione delle imprese
Anno 2017



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 (il 10,3% del totale). I due terzi dei "ristoranti" sono con servizio mentre le formule *take away* rappresentano circa il 20% del totale.

L'altro grosso "blocco" di offerta è costituito dal bar (44,7% del totale).

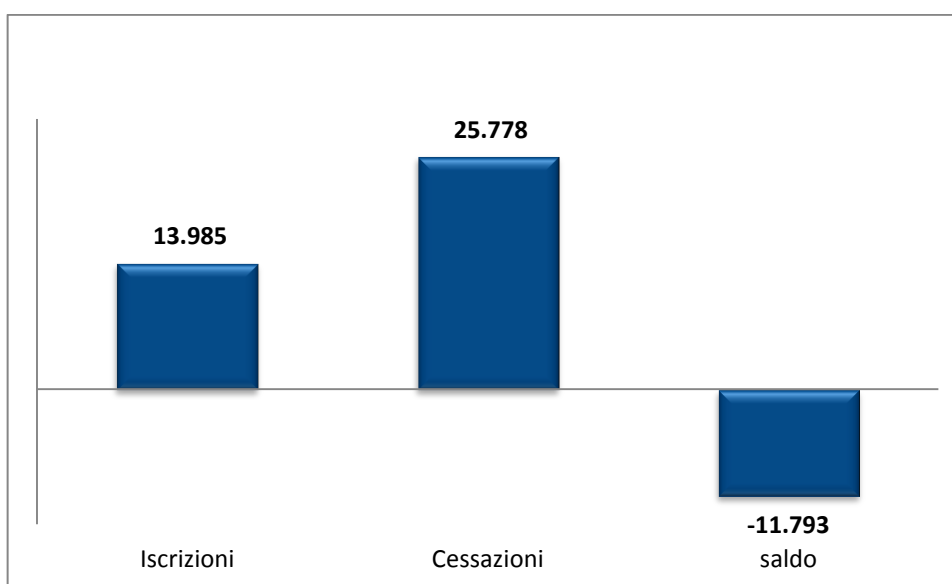
3

Il movimprese

3.1 Il settore complessivo

Nel 2017 hanno avviato l'attività 13.985 imprese mentre circa 25.700 l'hanno cessata. Il saldo è negativo per oltre 11mila unità⁷. Resta quindi elevato il turn over imprenditoriale nel settore.

Fig. 10 - Servizi di ristorazione: movimprese 2017



Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Infocamere

Consistente è la contrazione delle società di persone dove il saldo negativo supera le 5.000 unità e delle ditte individuali (-6.131).

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 3,5 imprese ogni 100 attive con una sostanziale omogeneità nelle diverse aree territoriali.

⁷ In questa analisi non si tiene conto delle cosiddette variazioni che pure rappresentano una voce consistenze dei flussi imprenditoriali del settore

Tab. 17 - Servizi di ristorazione: saldo delle imprese per forma giuridica
(iscritte - cessate, anno 2017)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-4	-467	-482	3	-950
Valle d'Aosta	-9	-6	-19	0	-34
Lombardia	-90	-935	-772	17	-1.780
Trentino	2	-204	-137	1	-338
Veneto	-52	-490	-442	-6	-990
Friuli V. Giulia	2	-96	-195	-3	-292
Liguria	3	-164	-182	-2	-345
Emilia Romagna	-33	-420	-465	2	-916
Toscana	-26	-439	-514	1	-978
Umbria	-17	-147	-91	-1	-256
Marche	-7	-146	-202	2	-353
Lazio	-159	-448	-611	-35	-1.253
Abruzzo	17	-183	-173	-5	-344
Molise	-1	-12	-52	0	-65
Campania	-50	-407	-318	0	-775
Puglia	-20	-302	-500	-2	-824
Basilicata	6	-23	-48	0	-65
Calabria	34	-44	-100	0	-110
Sicilia	1	-152	-631	-11	-793
Sardegna	1	-130	-197	-6	-332
Nord Ovest	-100	-1.572	-1.455	18	-3.109
Nord Est	-81	-1.210	-1.239	-6	-2.536
Centro	-209	-1.180	-1.418	-33	-2.840
Sud e Isole	-12	-1.253	-2.019	-24	-3.308
Italia	-402	-5.215	-6.131	-45	-11.793

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

Entrando più dettagliatamente negli ambiti territoriali si rileva che in numerose regioni l'indicatore assume valori molto al di sotto del già negativo valore medio come nel caso del Trentino Alto Adige (-5,9%) e dell'Umbria (-5,5%).

E' bene sottolineare che l'analisi non tiene conto delle cosiddette "Variazioni", ossia di quei cambiamenti nel registro delle imprese che non danno luogo a cessazione e/o reiscrizione della medesima, ma che possono modificare la consistenza delle ditte con sede nella provincia considerata, a livello di rami di attività economica e/o di forma giuridica.

Tab. 18 - Il tasso di imprenditorialità nei servizi di ristorazione
(saldo/imprese attive – val. % anno 2017)

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

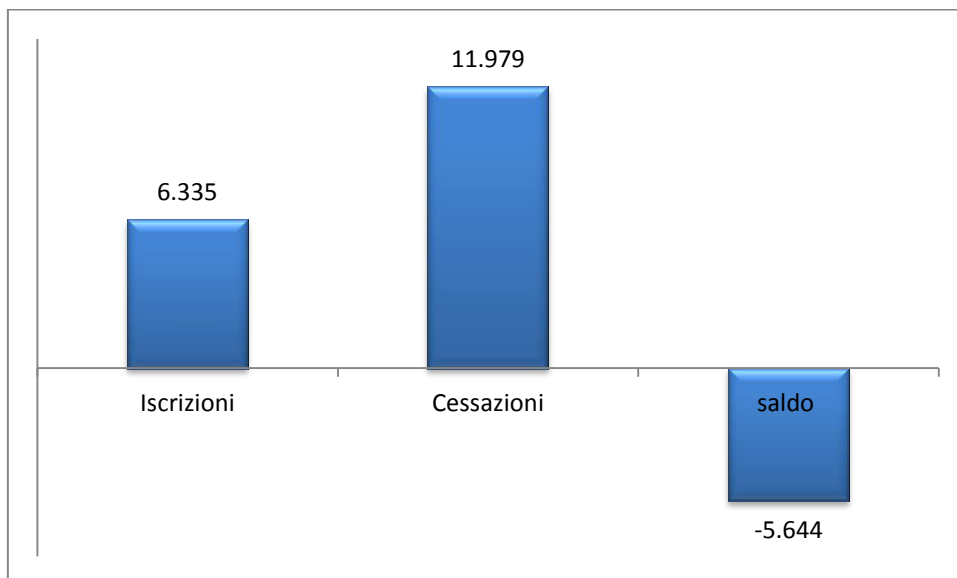
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

3.2 Il comparto bar

Il turn over nelle imprese che operano nel comparto del bar rimane consistente, smentendo i numerosi luoghi comuni che descrivono il bar come un'impresa facile. Nel 2017 hanno avviato l'attività 6.335 imprese e circa 12mila l'hanno cessata. Il saldo è stato negativo per 5.644 unità.

Ogni anno circa il 10% dello stock di imprese tira giù la saracinesca.

Fig. 11 - Bar e caffè: movimprese 2017



Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Infocamere

La ditta individuale resta il tessuto imprenditoriale più vivace ma anche più fragile: è qui che si concentra 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 turnover molto consistente. Il dato fortemente negativo che caratterizza i flussi imprenditoriali collegati alle società di persone meriterebbe maggiori approfondimenti che, tuttavia, risultano difficili sulla base delle 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, Veneto e Lazio. Al sud va segnalato il brutto risultato della Puglia (-362 imprese).

**Tab. 19 - Bar e altri esercizi simili senza cucina:
saldo delle imprese per forma giuridica**
(iscritte - cessate, anno 2017)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-7	-227	-297	6	-525
Valle d'Aosta	-5	-6	-7	1	-17
Lombardia	-23	-548	-501	16	-1.056
Trentino	0	-117	-62	-2	-181
Veneto	-3	-303	-231	-1	-538
Friuli V. Giulia	1	-51	-113	-1	-164
Liguria	-4	-85	-76	-1	-166
Emilia Romagna	4	-225	-253	5	-469
Toscana	-15	-201	-202	2	-416
Umbria	-5	-67	-43	-1	-116
Marche	-1	-61	-85	2	-145
Lazio	-50	-189	-238	-11	-488
Abruzzo	11	-104	-47	-2	-142
Molise	2	-1	-22	0	-21
Campania	5	-177	-143	4	-311
Puglia	0	-123	-242	3	-362
Basilicata	3	-14	-24	0	-35
Calabria	18	-15	-29	0	-26
Sicilia	-5	-69	-240	-1	-315
Sardegna	-5	-70	-73	-3	-151
Nord Ovest	-39	-866	-881	22	-1.764
Nord Est	2	-696	-659	1	-1.352
Centro	-71	-518	-568	-8	-1.165
Sud e Isole	29	-573	-820	1	-1.363
Italia	-79	-2.653	-2.928	16	-5.644

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

L'analisi per forma giuridica evidenzia poche differenze tra le diverse aree del Paese. Ovunque pesano ditte individuali e società di persone. Il tasso di imprenditorialità è pari a -3,8%. In sostanza nel 2017 lo stock di imprese è diminuito di 3,8 unità ogni 100 imprese attive. L'analisi per forma giuridica evidenzia la sostanziale tenuta delle società di capitale (-0,4%).

Tab. 20 - Bar e altri esercizi simili senza cucina: tasso di imprenditorialità
(saldo/imprese attive – val. % anno 2017)

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

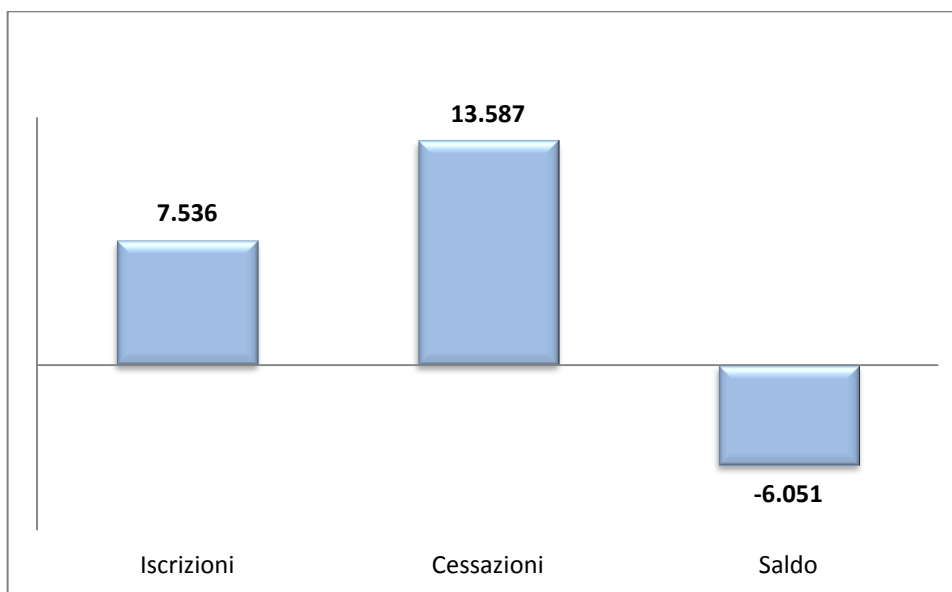
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocameri

3.3 Il comparto ristoranti

Nel 2017 hanno avviato l'attività 7.536 imprese che operano nel comparto dei ristoranti e più di tredicimila hanno chiuso con un saldo negativo di oltre 6.000 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 a più alto turnover sono Lazio, Lombardia e Sicilia.

Il tasso di imprenditorialità è stato del -3,3%. Le ditte individuali si attestano a -3,6%, mentre le società di persone presentano tassi sensibilmente peggiori.

Fig. 12 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile: movimprese 2017



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 2017)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	8	-237	-183	-2	-414
Valle d'Aosta	-3	0	-12	-1	-16
Lombardia	-66	-380	-266	0	-712
Trentino	1	-84	-74	2	-155
Veneto	-50	-185	-212	-2	-449
Friuli V. Giulia	1	-45	-82	0	-126
Liguria	5	-78	-105	-1	-179
Emilia Romagna	-32	-193	-214	-3	-442
Toscana	-10	-236	-313	0	-559
Umbria	-11	-80	-48	0	-139
Marche	-5	-84	-114	0	-203
Lazio	-102	-255	-368	-19	-744
Abruzzo	5	-79	-123	-3	-200
Molise	-3	-11	-29	0	-43
Campania	-54	-221	-178	-3	-456
Puglia	-21	-177	-256	-3	-457
Basilicata	2	-9	-24	0	-31
Calabria	15	-29	-66	0	-80
Sicilia	9	-82	-388	-9	-470
Sardegna	5	-58	-120	-3	-176
Nord Ovest	-56	-695	-566	-4	-1.321
Nord Est	-80	-507	-582	-3	-1.172
Centro	-128	-655	-843	-19	-1.645
Sud e Isole	-42	-666	-1.184	-21	-1.913
Italia	-306	-2.523	-3.175	-47	-6.051

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

Tab. 22 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile: tasso di imprenditorialità
(saldo/imprese attive, anno 2017)

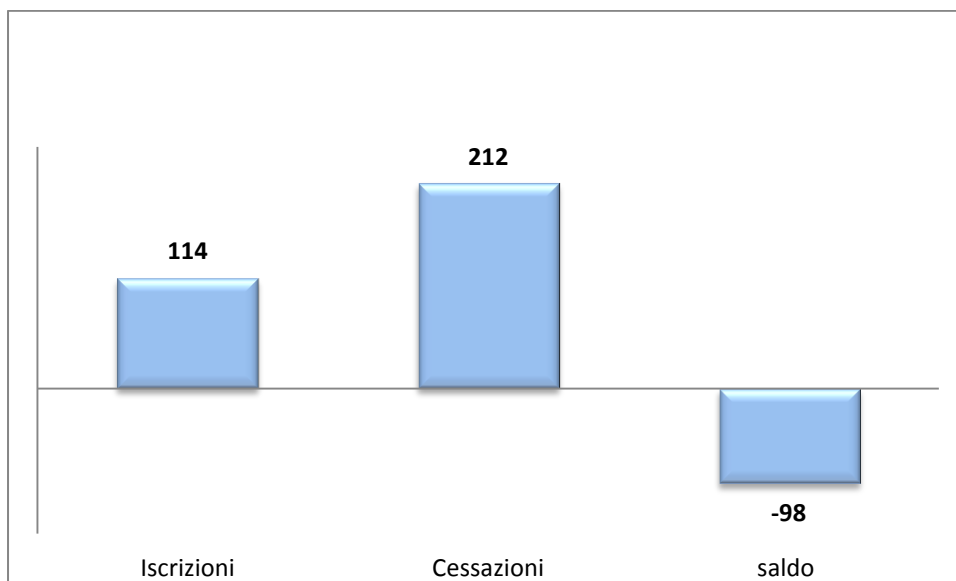
Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	0,6	-4,9	-2,8	-1,7	-3,2
Valle d'Aosta	-5,1	0,0	-4,5	-100,0	-2,7
Lombardia	-1,1	-5,0	-2,3	0,0	-2,8
Trentino	0,3	-6,8	-5,0	11,1	-5,1
Veneto	-2,1	-3,6	-3,5	-2,7	-3,3
Friuli V. Giulia	0,2	-3,7	-4,3	0,0	-3,4
Liguria	0,6	-3,0	-3,4	-2,1	-2,7
Emilia Romagna	-1,2	-4,1	-3,5	-4,8	-3,3
Toscana	-0,3	-5,0	-5,9	0,0	-4,2
Umbria	-1,9	-8,8	-4,6	0,0	-5,4
Marche	-0,5	-5,2	-4,8	0,0	-4,1
Lazio	-1,2	-6,2	-4,7	-6,1	-3,6
Abruzzo	0,5	-5,2	-5,1	-8,3	-4,0
Molise	-1,7	-4,7	-5,0	0,0	-4,3
Campania	-1,3	-4,8	-2,1	-3,0	-2,7
Puglia	-1,0	-8,0	-3,9	-2,6	-4,2
Basilicata	0,9	-3,5	-3,0	0,0	-2,4
Calabria	1,9	-2,6	-1,6	0,0	-1,3
Sicilia	0,4	-3,5	-4,8	-3,4	-3,6
Sardegna	0,5	-3,9	-3,9	-2,6	-3,1
Nord Ovest	-0,7	-4,6	-2,6	-1,2	-2,9
Nord Est	-1,4	-4,1	-3,7	-1,7	-3,5
Centro	-1,0	-5,7	-5,1	-3,6	-4,0
Sud e Isole	-0,4	-4,8	-3,5	-3,0	-3,2
Italia	-0,8	-4,8	-3,6	-2,7	-3,3

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

3.4 Il comparto mense&catering

Le ridotte dimensioni del settore si riflettono anche sul turnover imprenditoriale. Circa 114 imprese hanno avviato l'attività, 212 l'hanno cessata con un saldo negativo pari a 98 unità. Il comparto si caratterizza per una maggiore movimentazione di società sia di capitale che di persone, anziché di 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 dovuti a queste regioni. Il tasso di imprenditorialità è negativo con un valore medio nazionale del -3,1%. Il Centro presenta un valore al di sopra della media.

Fig. 13 - Mense e catering: movimprese 2016



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 2017)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-5	-3	-2	-1	-11
Valle d'Aosta	-1	0	0	0	-1
Lombardia	-1	-7	-5	1	-12
Trentino	1	-3	-1	1	-2
Veneto	1	-2	1	-3	-3
Friuli V. Giulia	0	0	0	-2	-2
Liguria	2	-1	-1	0	0
Emilia Romagna	-5	-2	2	0	-5
Toscana	-1	-2	1	-1	-3
Umbria	-1	0	0	0	-1
Marche	-1	-1	-3	0	-5
Lazio	-7	-4	-5	-5	-21
Abruzzo	1	0	-3	0	-2
Molise	0	0	-1	0	-1
Campania	-1	-9	3	-1	-8
Puglia	1	-2	-2	-2	-5
Basilicata	1	0	0	0	1
Calabria	1	0	-5	0	-4
Sicilia	-3	-1	-3	-1	-8
Sardegna	1	-2	-4	0	-5
Nord Ovest	-5	-11	-8	0	-24
Nord Est	-3	-7	2	-4	-12
Centro	-10	-7	-7	-6	-30
Sud e Isole	1	-14	-15	-4	-32
Italia	-17	-39	-28	-14	-98

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 2017)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-11,4	-5,7	-3,5	-5,9	-6,4
Valle d'Aosta	-100,0	0,0	-	0,0	-25,0
Lombardia	-0,3	-7,0	-2,9	2,3	-1,9
Trentino	8,3	-14,3	-4,0	8,3	-2,9
Veneto	1,5	-6,7	2,1	-18,8	-1,9
Friuli V. Giulia	0,0	0,0	0,0	-50,0	-6,5
Liguria	10,5	-4,0	-4,2	0,0	0,0
Emilia Romagna	-9,3	-5,7	4,3	0,0	-3,4
Toscana	-1,0	-4,4	1,4	-4,3	-1,3
Umbria	-5,3	0,0	0,0	0,0	-1,8
Marche	-4,2	-6,3	-20,0	0,0	-8,1
Lazio	-2,6	-9,1	-5,3	-10,6	-4,6
Abruzzo	3,3	0,0	-11,5	0,0	-2,5
Molise	0,0	0,0	-20,0	0,0	-4,3
Campania	-0,6	-12,7	3,8	-1,7	-2,2
Puglia	1,7	-22,2	-5,1	-8,3	-3,8
Basilicata	12,5	0,0	0,0	0,0	2,7
Calabria	2,2	0,0	-15,2	0,0	-3,6
Sicilia	-3,7	-3,3	-5,0	-2,0	-3,6
Sardegna	3,3	-8,0	-12,5	0,0	-4,7
Nord Ovest	-1,3	-6,1	-3,1	0,0	-2,7
Nord Est	-2,1	-7,4	1,6	-9,3	-2,9
Centro	-2,4	-5,9	-3,7	-6,7	-3,7
Sud e Isole	0,2	-8,4	-5,3	-1,9	-3,0
Italia	-1,3	-7,0	-3,3	-3,4	-3,1

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

3.5 Il periodo gennaio-settembre 2018

Nei primi nove mesi del 2018 hanno avviato l'attività 10.616 imprese mentre 19.150 l'hanno cessata. Il saldo negativo è negativo per 8.534 unità.

Tab. 25 - Servizi di ristorazione
(Imprese iscritte e cessate gen.-set. 2018)

Regione	Iscritte	Cessate	Saldo
Piemonte	832	1.611	-779
Valle d'Aosta	34	52	-18
Lombardia	1.754	2.935	-1.181
Trentino	192	412	-220
Veneto	815	1.635	-820
Friuli V. Giulia	236	392	-156
Liguria	391	694	-303
Emilia Romagna	839	1.515	-676
Toscana	733	1.234	-501
Umbria	109	242	-133
Marche	250	530	-280
Lazio	791	1.661	-870
Abruzzo	262	469	-207
Molise	34	90	-56
Campania	1.092	1.794	-702
Puglia	777	1.268	-491
Basilicata	95	137	-42
Calabria	508	656	-148
Sicilia	506	1.211	-705
Sardegna	366	612	-246
Italia	10.616	19.150	-8.534

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

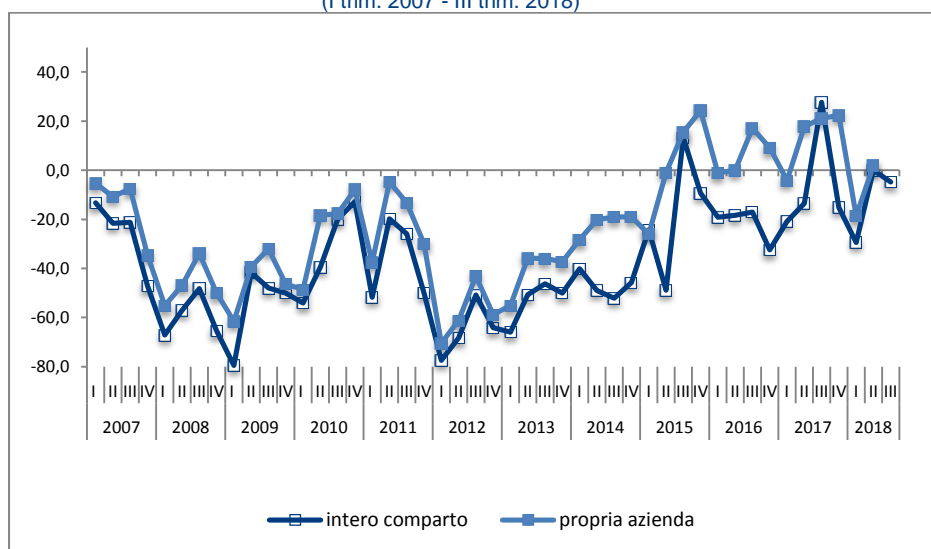
4

Le performance economica

4.1 La congiuntura secondo l'osservatorio Fipe

Nel terzo trimestre del 2018 gli imprenditori perdono parte dello slancio registrato nel trimestre precedente verso le prospettive di breve termine. Tuttavia nel periodo il saldo delle risposte relativo alle performance aziendali resta positivo (+12,7%) mentre quello relativo all'intero settore registra un segno negativo (-4,8%) e perde oltre 32 punti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

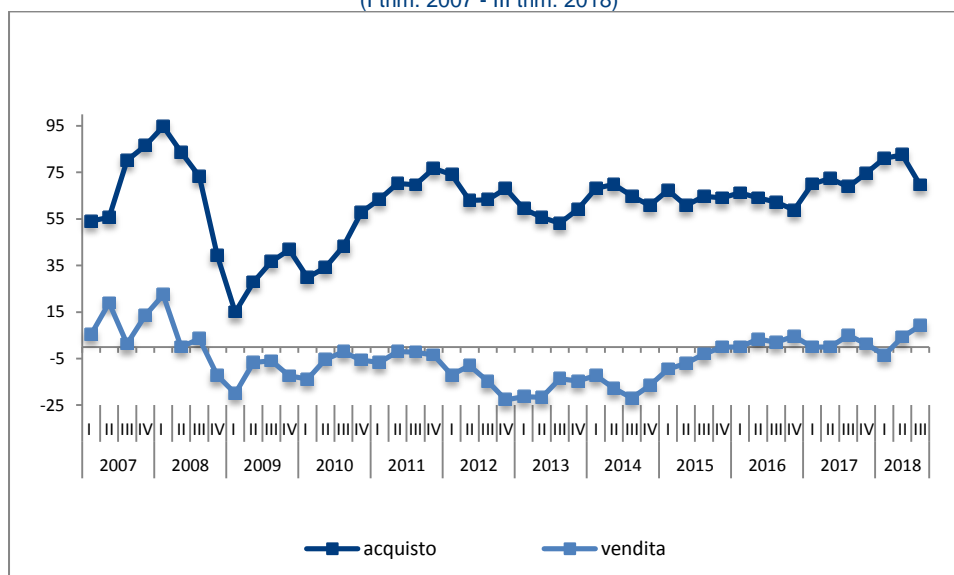
Fig. 13 - Fatturato - saldi grezzi delle variazioni
(I trim. 2007 - III trim. 2018)



Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Il clima di incertezza sembra riflettersi anche sui listini. I prezzi di vendita vengono dati in leggero rialzo rispetto ad un anno fa, mentre i costi di approvvigionamento vengono indicati in leggera flessione.

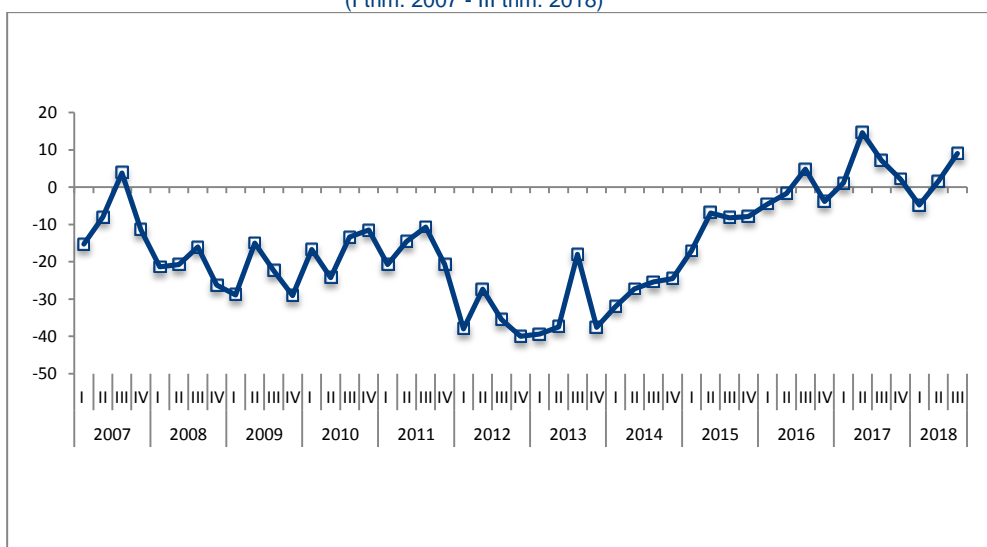
Fig. 14 - I prezzi - saldi grezzi delle variazioni
(I trim. 2007 - III trim. 2018)



Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Le valutazioni sui flussi di clientela sono in linea con quelle sul fatturato: pur registrando un saldo positivo sono date in peggioramento rispetto a quanto rilevato un anno fa.

Fig. 15 - Occupazione - saldi grezzi delle variazioni
(I trim. 2007 - III trim. 2018)

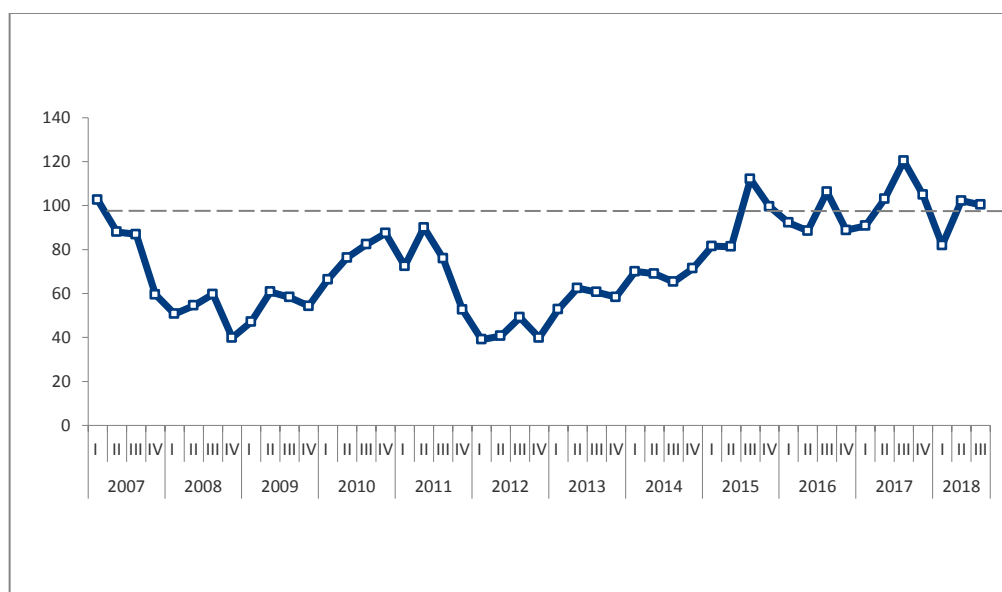


Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Le valutazioni sulla dinamica dell'occupazione sono in linea con quelle sul fatturato e riflettono il "clima" positivo registrato per le aziende. Il saldo migliora di circa 8 punti percentuali rispetto al II trimestre del 2018 e si mantiene sugli stessi livelli positivi rilevati l'anno precedente. Le aspettative per l'ultimo trimestre dell'anno sono positive riguardo alle performance economiche mentre qualche ombra si addensa sull'occupazione. Si attende un lieve ritocco dei listini.

In sintesi, nel terzo trimestre 2018 l'indicatore sul clima di fiducia resta positivo (100,4) ma perde 20 punti nel confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente, forse anche per effetto del dibattito politico di questi ultimi mesi sulle prospettive di sviluppo del paese.

Fig. 16 - Il clima di fiducia

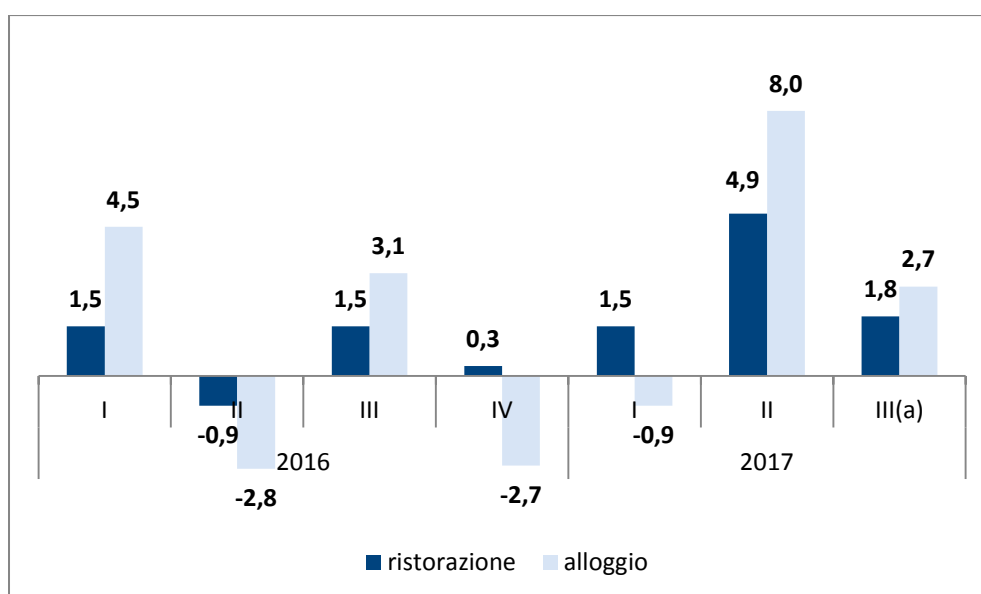


Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

4.2 Il Fatturato delle imprese di ristorazione

Nel terzo trimestre del 2018 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 121,5 segnando una variazione positiva rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente dell'1,9%. Nel complesso del turismo (alloggio e ristorazione) l'indice del fatturato ha segnato un identico incremento.

Fig. 17 - Fatturato dei servizi - Servizi di ristorazione
(variazioni percentuali sullo stesso periodo corrispondente)



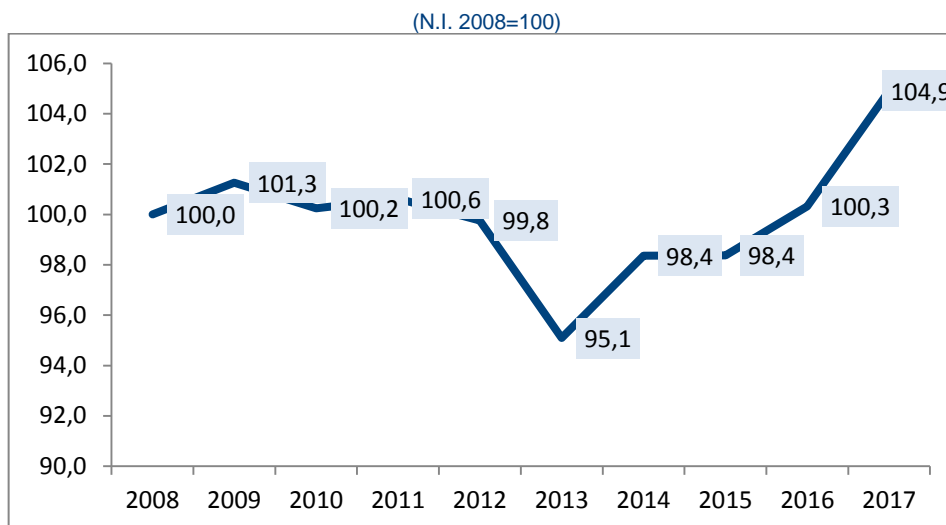
Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Istat

4.3 Il valore aggiunto⁸

Il valore aggiunto dei servizi di ristorazione è stimato nel 2017 in oltre 43 miliardi di euro. Dopo un lungo periodo di stagnazione e poi addirittura di contrazione, a partire dal 2015 l'aggregato ha ripreso un profilo di crescita tornando al di sopra dei livelli pre-crisi.

Fig. 18 - La dinamica del valore aggiunto della ristorazione

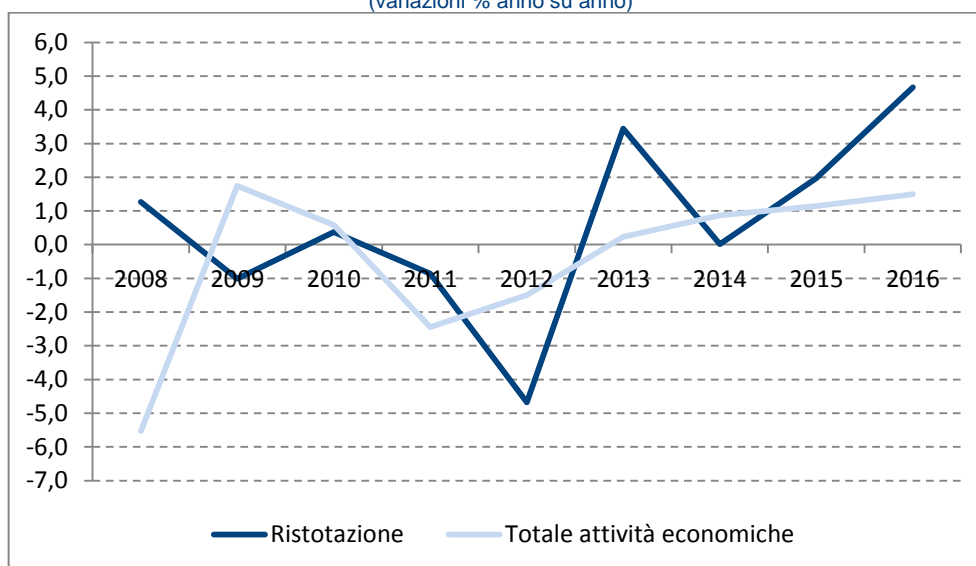
⁸ I dati presentati in questo paragrafo come in quello sull'occupazione sono stimati perché nel nuovo SEC 2010 i valori diffusi riguardano l'aggregato "alberghi e pubblici esercizi"



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

Le variazioni percentuali anno su anno mettono in evidenza la maggiore variabilità della dinamica del valore aggiunto settoriale rispetto a quello relativo all'intera economia.

Fig. 19 - Trend del valore aggiunto
(variazioni % anno su anno)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

Approfondimento 2

L'analisi dei bilanci delle imprese di ristorazione

La valutazione delle performance economiche del settore si basa sull'analisi dei bilanci di oltre 28 mila società. Il campione è composto per due terzi da ristoranti e per la quasi totalità da micro imprese. Un profilo, soprattutto per la componente dimensionale, assai coerente alla reale struttura dell'universo.

Tab. Le imprese osservate

anno 2017

	Ristoranti e simili	Catering e banqueting	Bar	Altro (*)	Totale
Grandi	2	10	2	1	
Medie	53	29	7	3	
Piccole	665	130	209	16	1
Micro	17.787	682	8.290	245	27
N.D.	6	0	1	0	
Totale	18.513	851	8.509	265	28

(*) imprese che non hanno indicato la tipologia di attività

Il valore medio della produzione è di **645 mila euro** con una quota di valore aggiunto di poco superiore al 35%. Di particolare interesse lo scarto tra valore dell'ebit (Earnings Before Interests and Taxes) e risultato netto da cui emergono il peso degli oneri finanziari e soprattutto delle imposte.

Tab. Principali aggregati economici

valori in euro - anno 2017

		2017
Valori Assoluti	Valore della produzione	18.140.158.984
	Valore aggiunto	6.480.506.985
	Ebit	366.453.317
	Risultato ante imposte	262.240.988
	Risultato netto	37.213.060
Valori medi	Valore della produzione	644.685
	Valore aggiunto	230.312
	Ebit	13.023
	Risultato ante imposte	9.320
	Risultato netto	1.323
Valori mediani	Valore della produzione	246.378
	Valore aggiunto	72.916
	Ebit	4.602
	Risultato ante imposte	3.014
	Risultato netto	1.058

I valori mediani consentono di valutare meglio le "forza" economica delle imprese del settore. Il valore della produzione scende al di sotto dei **246 mila euro** per il 50% delle imprese osservate mentre il risultato ante imposte si riduce ad un terzo del valore medio. Sono dati in cui trova conferma la ridotta dimensione di gran parte delle imprese che nel nostro Paese appartengono al settore della ristorazione.

Dal punto di vista della tipologia risulta evidente la differenza tra i comparti dei ristoranti e dei bar da un lato e del catering dall'altro. In questo secondo caso è possibile cogliere la diversa scala dimensionale di imprese che operano prevalentemente nel catering contrattuale (mense) per conto di committenti pubblici e privati.

Per i ristoranti la produzione media vale intorno ai **564 mila euro**, per i bar **465 mila euro** e per il catering circa **4 milioni di euro**. Ma le differenze più significative si registrano nel valore del risultato netto. Modesto per i bar (0,3% del fatturato), più robusto per il catering (2,4%) e addirittura negativo per i ristoranti.

Tab. Principali indicatori economici – valori medi* per tipologia di attività
valori in euro - anno 2017

	Valore produzione	Valore aggiunto	EBIT	Risultato ante imposte	Risultato netto
Ristoranti e simili	564.444	191.104	8.187	4.233	- 2.837
Catering e banqueting	3.946.285	1.666.104	148.868	145.329	96.517
Bar	465.402	159.612	9.238	7.218	1.474
Totale	637.461	226.524	12.803	9.452	1.512

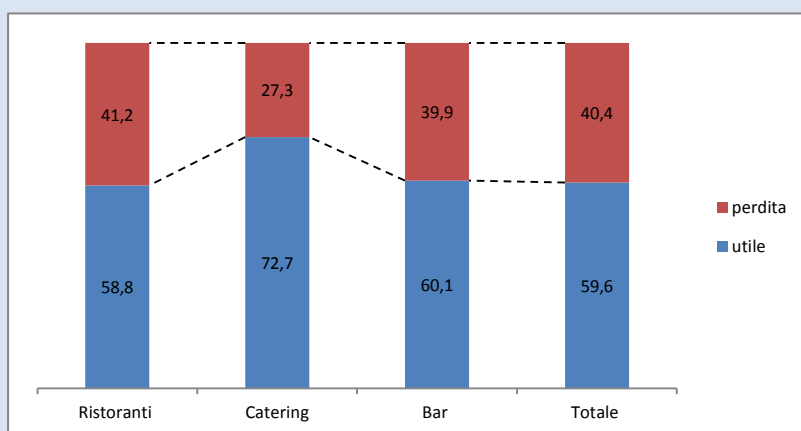
*valori calcolati al netto delle imprese che non hanno indicato l'attività

Nel corso del 2017 sei imprese su dieci hanno conseguito un utile, meglio è andata nelle società di capitale dove la quota delle imprese in perdita è stata al di sotto del 35%. Sotto il profilo della tipologia di attività le imprese che presentano la quota maggiore di società in utile sono quelle del catering.

Tab. Distribuzione delle società per risultato economico e forma giuridica
val. % - anno 2017

Totale società con UTILE	Società di capitale	65,6
	Società a responsabilità limitata	59,7
	Altre forme	56,1
	Totale società con utile	59,6
Totale società con PERDITA	Società di capitale	34,4
	Società a responsabilità limitata	40,3
	Altre forme	43,9
	Totale società con perdita	40,4

Graf. Analisi dei bilanci: utili e perdite per tipologia di impresa
val. % - anno 2017



I principali indici di redditività mostrano chiaramente gli scostamenti delle società in utile dal profilo medio del campione. Sia l'indice di redditività del capitale investito che di quello proprio presentano valori di gran lunga più robusti: il ROI è pari a 8,6 ed il ROE a 16,9 rispetto a valori medi che sono rispettivamente di 2,8 e 1,1.

Tab. Indicatori caratteristici delle società, totali e solo con utile
val. % - anno 2017

	Totale società	Società in utile
ROI	2,8	8,6
ROS	2,1	5,6
CAPITAL TURNOVER	136,4	154,0
ROE	1,1	16,9
INDIPENDENZA FINANZIARIA	23,2	28,0

Il prospetto dei principali aggregati economici per tipologia di attività e per classe dimensionale fornisce alcune interessanti indicazioni.

Tra i ristoranti la *performance* negativa in termini di risultato netto dipende quasi esclusivamente dalle micro imprese che hanno generato perdite per oltre 15 milioni di euro. Anche tra i bar le perdite si registrano solo tra le micro imprese. Sono dati che inducono a riflettere sulla capacità delle imprese più piccole di essere remunerative in un contesto di mercato sempre più competitivo nel quale le economie di scala si rivelerebbero particolarmente utili quantomeno per il contenimento dei costi.

Tab. Principali aggregati economici per classe dimensionale e tipologia
valori in euro – anno 2017

	Classe dimensionale	Numero imprese	Valore della Produzione	Risultato Operativo	Risultato Netto
Totale	Micro	245	74.125.392	879.647	-2.215.704
	Piccole	16	71.816.728	3.916.009	1.266.463
	Medie	3	86.256.040	2.411.509	1.164.836
	Grandi	1	140.013.707	2.390.769	-5.156.892
Ristoranti e simili	Micro	17.787	7.011.797.962	12.036.426	-122.485.021
	Piccole	665	2.393.783.597	95.641.686	45.827.002
	Medie	53	924.785.299	38.170.508	21.874.790
	Grandi	2	119.317.102	6.157.623	2.706.196
	N.D.	6	-130.839	-446.537	-448.286
Catering e banqueting	Micro	682	358.056.720	10.586.679	8.289.232
	Piccole	130	522.545.776	23.746.173	12.558.442
	Medie	29	540.845.370	30.854.301	19.051.010
	Grandi	10	1.936.840.669	61.499.866	42.237.641
Bar	Micro	8.290	2.411.334.430	35.220.189	-15.425.991
	Piccole	209	748.704.200	28.296.961	14.473.393
	Medie	7	120.298.054	6.936.326	4.181.651
	Grandi	2	679.770.772	8.157.790	9.316.957
	N.D.	1	-1.995	-2.608	-2.659

4.4 L'occupazione

4.4.1 Le unità di lavoro

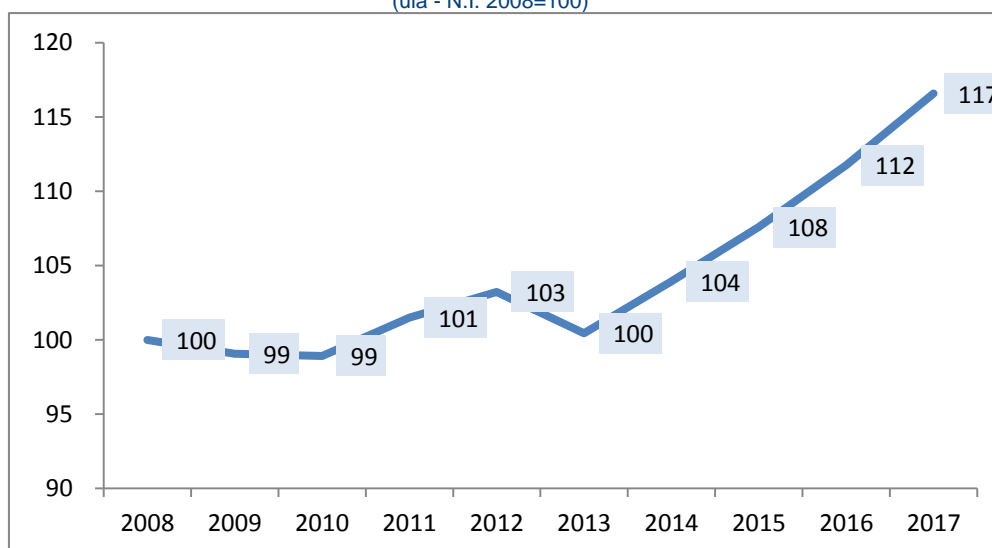
L'input di lavoro, misurato in unità di lavoro standard, del settore dei pubblici esercizi conta quasi un milione e duecentomila unità. D'altra parte il lavoro è la componente essenziale per la produzione dei servizi di ristorazione.

L'input di lavoro del 2017 è superiore del 4,3% rispetto all'anno precedente.

Circa l'80% dell'occupazione dell'intero settore "Alberghi e pubblici esercizi" è impiegato nelle imprese della ristorazione. Un dato che risulta in continua crescita nel corso di questi ultimi anni.

Fig. 20 - Dinamica dell'occupazione

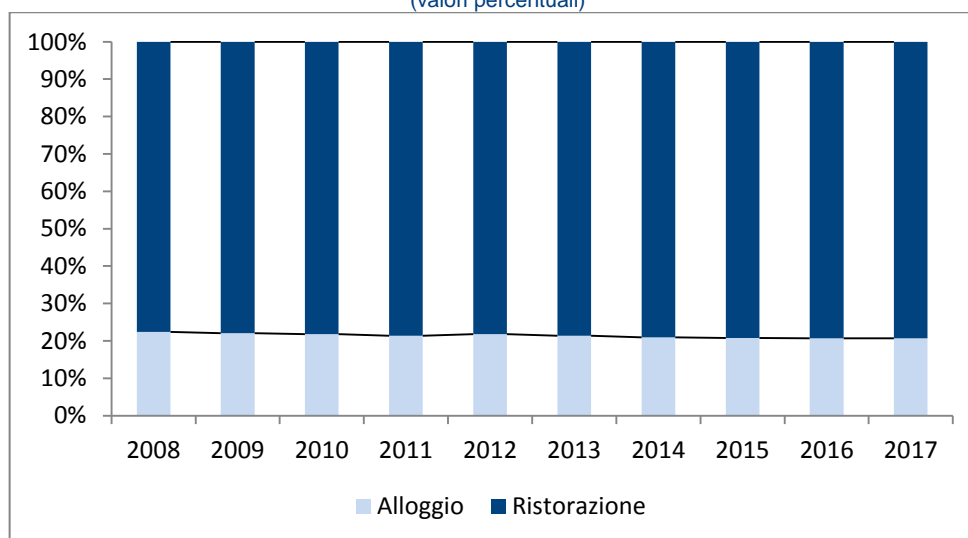
(ula - N.I. 2008=100)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

Il lavoro misurato in termini di ore lavorate mostra una dinamica meno robusta di quella delle unità di lavoro. Rispetto al 2016 il fabbisogno di ore lavorate del settore è cresciuto del 3,6%.

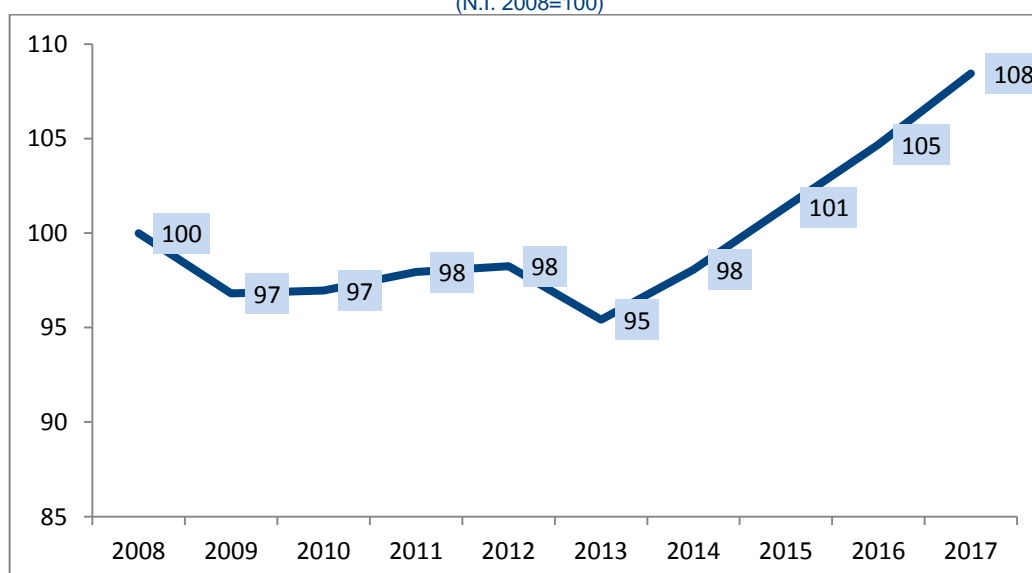
Fig. 21 - Unità di lavoro: incidenza per comparto
(valori percentuali)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

Il lavoro misurato in termini di ore lavorate mostra una dinamica meno robusta di quella delle unità di lavoro. Rispetto al 2016 il fabbisogno di ore lavorate del settore è cresciuto del 3,6%.

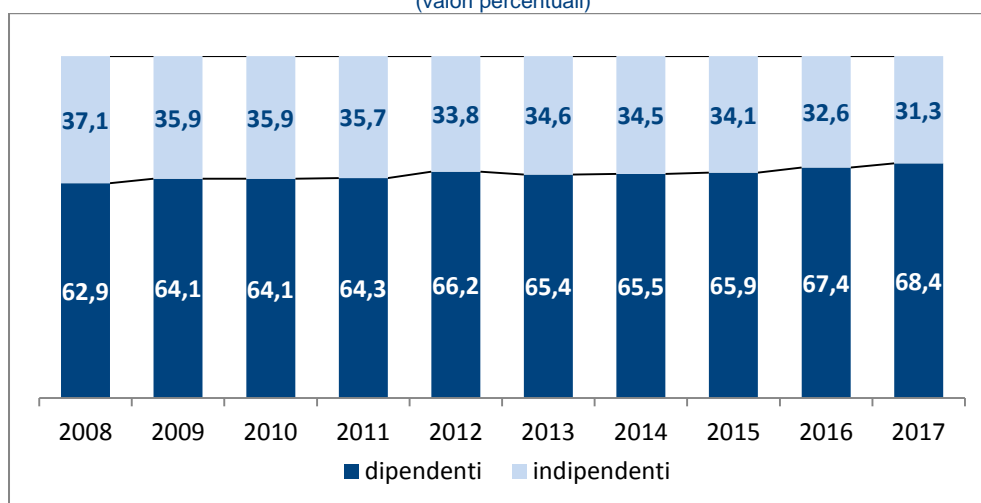
Fig. 22 - Trend delle ore lavorate
(N.I. 2008=100)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

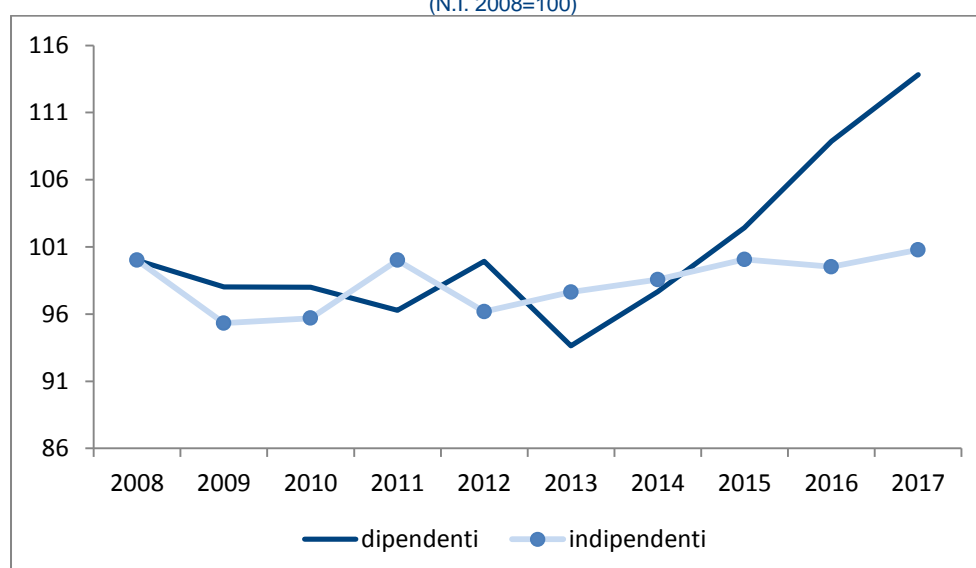
Prosegue il ridimensionamento del lavoro indipendente nelle imprese del settore. Attualmente i lavoratori indipendenti sono il 31,3% del totale, nel 2008 erano il 37,1%. Un dato che trova conferma anche nella dinamica delle ore lavorate per condizione professionale (v. fig. 24).

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 analizzare più in dettaglio l'apporto di lavoro dipendente. Nel 2017 i pubblici esercizi hanno impiegato, in media d'anno, 864.062 lavoratori dipendenti, l'87,6% dei quali con mansioni operative. Non trascurabile il numero degli apprendisti pari a circa 65mila unità.

Tab. 26 - Pubblici esercizi - Lavoratori dipendenti per comparto (anno 2017)

	val. assoluti	val. %	n. dipendenti per azienda
Bar	250.116	28,9	3,6
Mense e catering	73.036	8,5	57,9
Fornitura di pasti preparati	49.366	5,7	6,2
Ristoranti	491.544	56,9	6,5
Totale	864.062	100	5,6

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Inps

Tab. 27 - Pubblici esercizi - Lavoratori dipendenti per qualifica (anno 2017)

	val. assoluti	val. %
Apprendisti	65.007	7,5
Dirigenti	314	0,0
Impiegati	39.821	4,6
Operai	756.964	87,6
Quadri	1.855	0,2
Altro	101	0,0
Totale	864.062	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Inps

Il 38% dei dipendenti risulta 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 2017)

	val. assoluti	val. %
Full time	325.981	37,7
Part time	538.080	62,3
<i>Part time Misto</i>	42.495	7,9
<i>Part time Orizzontale</i>	477.008	88,6
<i>Part time Verticale</i>	18.577	3,5
Totale	864.062	100

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Inps

L'utilizzo di contratti a tempo indeterminato è molto diffuso nel comparto dei pubblici esercizi (66,4%), mentre il ricorso al lavoro stagionale risulta marginale (6,4%).

Nei pubblici esercizi il lavoro femminile è importante: oltre cinque dipendenti su dieci sono donne. Nel corso degli anni anche 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 24%.

Tab. 29 - Pubblici esercizi - Lavoratori dipendenti per nazionalità e sesso

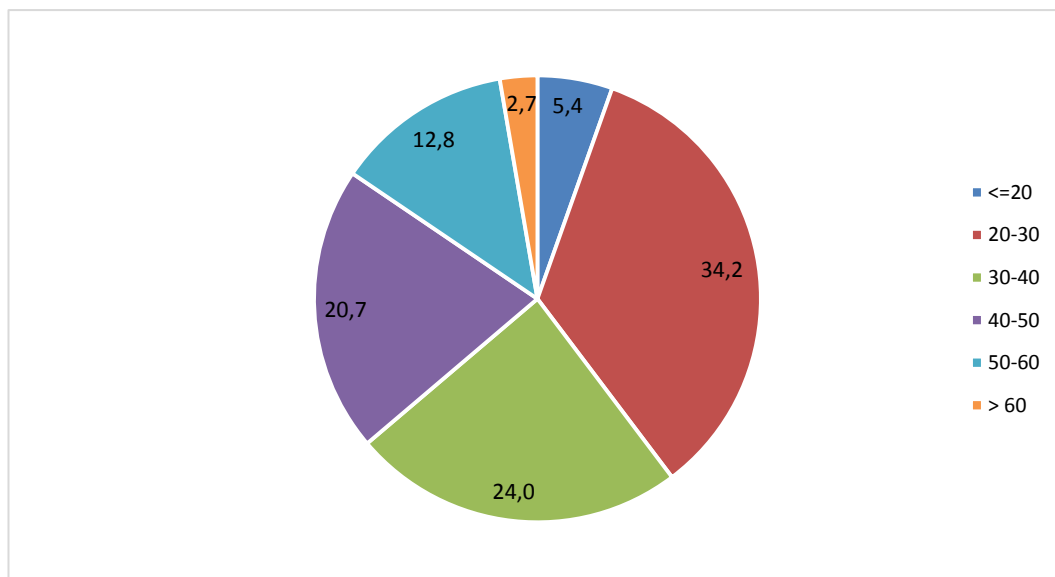
(anno 2017)

		val. assoluti	val. %
Nazionalità	Italiano	653.358	75,6
	Straniero	210.703	24,4
Sesso	Femmina	453.350	52,5
	Maschio	410.712	47,5
Totale		864.062	100

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Inps

Ma il lavoro nei pubblici è anche giovane: il 40% ha meno di 30 anni e ben il 64% meno di 40 anni.

Fig. 25 - Pubblici esercizi - lavoratori dipendenti per classi di età in Italia
(media 2017 - val. %)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Inps

4.5 La produttività

In Italia il tasso di crescita della produttività⁹ è in sostanziale stagnazione da circa un decennio ed è tra i più bassi in Europa.

Dentro questo contesto la performance delle imprese della ristorazione appare ancor più problematica.

Fatto cento il valore aggiunto per unità di lavoro riferito all'intera economia, "alberghi e ristoranti" si attestano a 61, ovvero il 39% 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.

⁹ La produttività del lavoro è il rapporto tra ricchezza prodotta e input di lavoro. E' fondamentale per migliorare la capacità di retribuire i fattori produttivi, ossia il lavoro e il capitale investiti.

Tab. 31 - Valore aggiunto per unità di lavoro – anno 2017

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

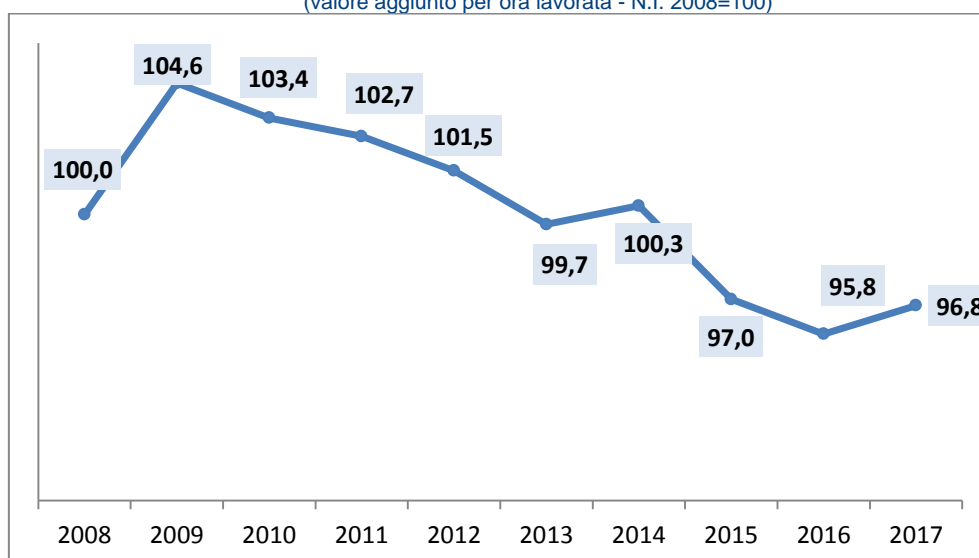
	in euro	N.I. Totale=100
Agricoltura, silvicoltura e pesca	26.536	41
Industria manifatturiera	74.833	116
Costruzioni	47.635	74
Servizi	65.281	101
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli; trasporto e magazzinaggio; servizi di alloggio e di ristorazione	53.948	84
Servizi di alloggio e di ristorazione	39.633	61
Attività finanziarie e assicurative	133.256	207
Attività professionali, scientifiche e tecniche; amministrazione e servizi di supporto	53.140	82
Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria; istruzione; sanità e assistenza sociale	56.537	88
Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento; riparazione di beni per la casa e altri servizi	22.086	34
Totale Economia	64.498	100

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

La produttività delle imprese della ristorazione non soltanto è bassa, ma anziché crescere si è progressivamente ridotta nel corso degli ultimi anni. Nel 2017 si è registrata un'inversione del trend ma l'indicatore è ancora inferiore di otto punti percentuali rispetto al picco del 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 in questi ultimi anni non ha affatto favorito il miglioramento della produttività con la conseguenza che la remunerazione del lavoro e del capitale si è fatta sempre più problematica.

Nei prossimi anni la ristorazione per aumentare la produttività dovrà proseguire l'azione di efficientamento dei processi interni sul versante degli approvvigionamenti delle materie prime, delle risorse umane, del marketing e della vendita e, soprattutto, della tecnologia sia nel back che nel front office.

Approfondimento 3

Il conto economico delle catene della ristorazione commerciale¹⁰

Nel 2017 le catene della ristorazione commerciale hanno generato ricavi netti per circa **2,5 miliardi di euro** in crescita di oltre **5 punti percentuali** rispetto al risultato dell'anno precedente. Una buona performance anche se il valore di crescita ingloba oltre alle quantità anche i prezzi. Importante nel conto economico aggregato il peso degli acquisti sia di materie prime che di servizi: oltre i due terzi del valore della produzione è assorbito da queste voci. Aggiungendo il lavoro si arriva al 95%.

Anche il valore aggiunto, che rappresenta il 33% del valore della produzione, fa registrare nel 2017 una buona performance con un incremento sull'anno precedente di oltre 10 punti percentuali.

Il costo del lavoro, che risulta in crescita del 6,6%, sale di tre decimi di punto in termini di incidenza sul valore della produzione raggiungendo quota 27,6%.

Tab. Conto economico aggregato della catene della ristorazione commerciale

	2015	2016	2017
	'000 euro	'000 euro	'000 euro
Ricavi netti	2.315.466	2.352.965	2.482.718
+ Var. rim. semilav. e prod.	0	0	0
+ Altre partite	168	416	1.745
Valore della produzione	2.315.634	2.353.381	2.484.463
- Acquisti netti e var. mat. prime	965.544	977.168	1.003.425
- Costi per servizi	622.156	639.083	666.899
Valore aggiunto operativo	727.934	737.130	814.139
- Costo del lavoro	606.452	642.720	685.648
Margine operativo lordo	121.482	94.410	128.491
- Ammortamenti imm. materiali	74.298	69.078	73.845
- Svalutaz. e acc. operativi	11.242	9.471	6.133
Margine operativo netto	35.942	15.861	48.513
+/- Ricavi e oneri diversi	25.096	40.763	25.361
- Amm. imm. immateriali	35.067	52.614	54.729
+ Proventi finanziari netti	109.289	86.218	95.488
- Oneri finanziari	20.759	22.590	22.039
Utile corrente	114.501	67.638	92.594
+/- Saldo partite straordinarie	-13.525	-18.674	-15.688
Risultato rettificato ante imposte	100.976	48.964	76.906
- Imposte	15.630	16.087	13.775
Risultato netto rettificato	85.346	32.877	63.131
+/- Altre componenti	0	0	0
Utile/perdita d'esercizio	85.346	32.877	63.131

¹⁰ Le imprese osservate non sono esaustive dell'universo

Rilevante l'incidenza degli ammortamenti per i beni d'uso durevole che nel 2017 ha assorbito circa il 60% del margine operativo lordo di queste imprese. Altrettanto rilevanti gli ammortamenti per le immobilizzazioni immateriali. Il risultato dell'esercizio 2017 è stato positivo per **63 milioni di euro** in netto recupero rispetto al deludente valore conseguito l'anno prima.

4.6 La dinamica dei prezzi nei pubblici esercizi

A ottobre 2018 i prezzi dei servizi di ristorazione commerciale (bar, ristoranti, pizzerie, ecc.) fanno registrare una variazione nulla rispetto al mese precedente e dell'1,3% rispetto allo stesso mese di un anno fa. Per la ristorazione collettiva l'incremento invece è dello 0,5%. L'inflazione acquisita per l'anno in corso si attesta rispettivamente sull'1,2% per l'intero settore, sull'1,3% per la ristorazione commerciale e sullo 0,5% per la collettiva.

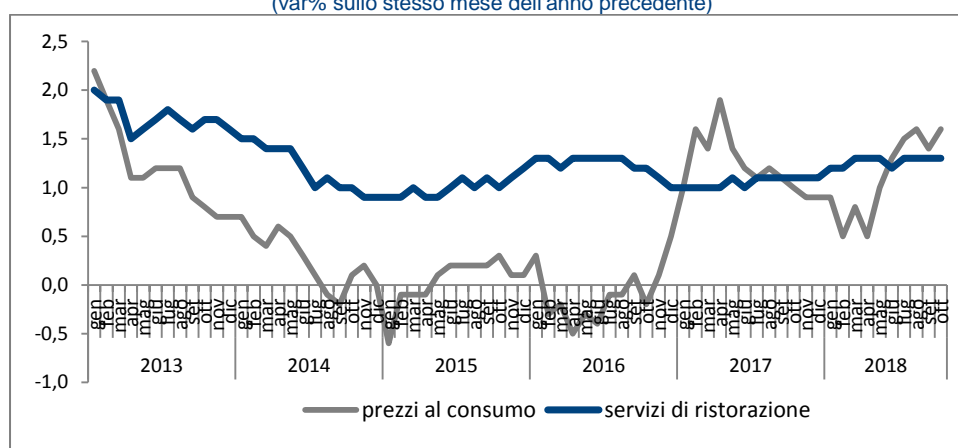
E' assai probabile che l'aumento medio per il 2018 si attesterà a +1,3%.

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

	Ott. 18 Ott. 17	Ott. 18 Set. 18	<i>Inflazione acquisita</i>
Ristorazione commerciale	1,3	0,0	1,3
Ristorazione collettiva	0,5	0,1	0,5
Totale ristorazione	1,3	0,1	1,2

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

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



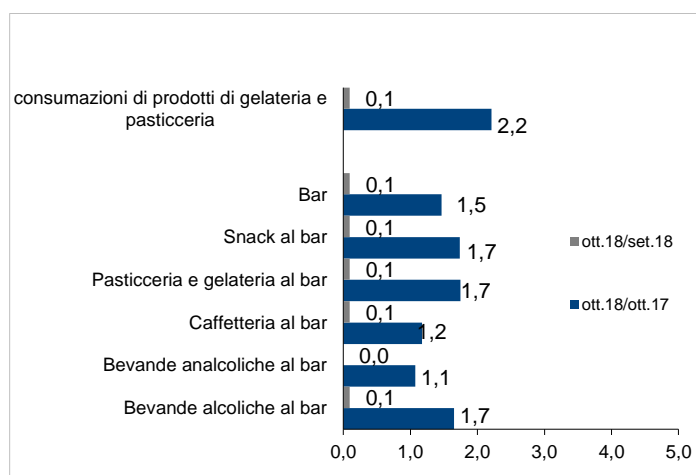
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

4.6.1 I prezzi nei bar

La variazione tendenziale della caffetteria è stata dell' 1,2%.

Più vivace, al contrario, la dinamica dei prezzi degli snack (+1,7%) e dei prodotti di gelateria e pasticceria (+1,7% e +2,2%).

Fig. 28 - Variazione congiunturale e tendenziale dei prezzi



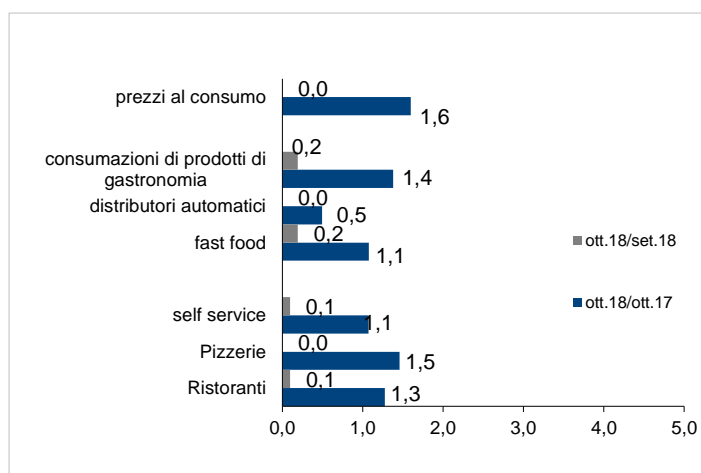
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

4.6.2 I prezzi nei ristoranti

Ristoranti tradizionali e pizzerie registrano aumenti, sempre ad ottobre, rispettivamente dell'1,3% e dell' 1,5% sullo stesso mese dell'anno precedente.

Meno vivaci i prezzi del self service e della ristorazione veloce (+1,1% per entrambi).

Fig. 29 - Variazione congiunturale e tendenziale dei prezzi

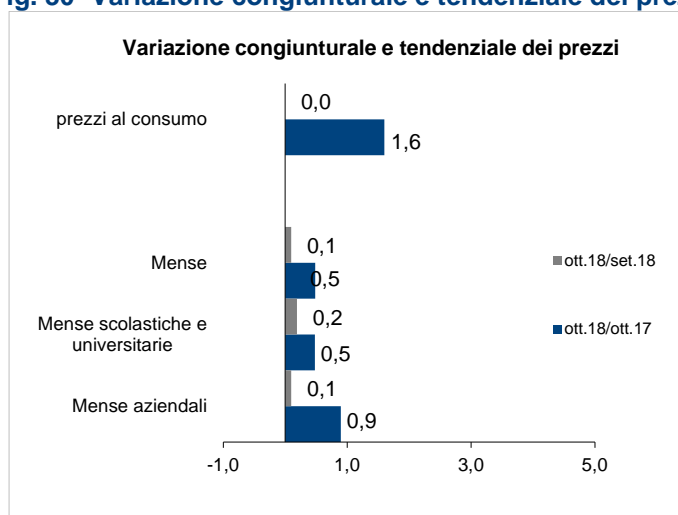


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

4.6.3 I prezzi nella ristorazione collettiva

I prezzi delle mense¹¹ mostrano una variazione tendenziale dello 0,5% rispetto a ottobre 2017. Il contributo maggiore viene dalle mense aziendali che registrano un incremento dei prezzi dello 0,9%.

Fig. 30- Variazione congiunturale e tendenziale dei prezzi

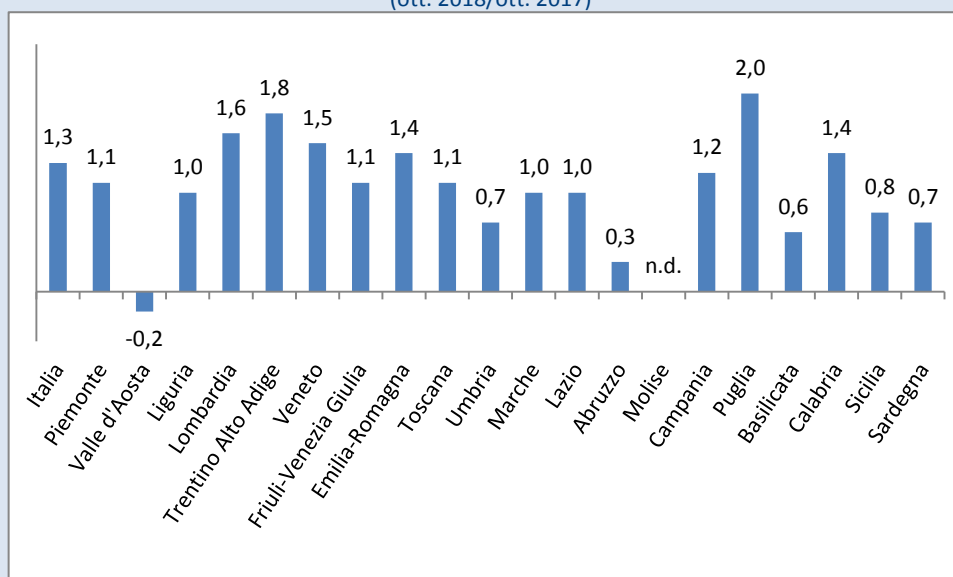


¹¹ Quota a carico delle famiglie

Approfondimento 4 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 ottobre 2018 una significativa variabilità territoriale in una forchetta compresa tra il -0,2% della Valle d'Aosta e il +2,0% della Puglia. Le variazioni più robuste si registrano nelle regioni del nord dove la dinamica dei prezzi viene alimentata da una domanda più solida.

Fig. A1 - Servizi di ristorazione - variazione percentuale dei prezzi
(ott. 2018/ott. 2017)







(*) Dato non disponibile

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

4.6.4 Il livello dei prezzi

I prezzi di punta dei servizi di 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

(valori medi in euro – ottobre 2018)

Capoluogo di provincia	prezzo	Capoluogo di provincia	prezzo	Capoluogo di provincia	prezzo
Alessandria	1,04	Gorizia	1,09	Reggio Emilia	1,06
Ancona	1,00	Grosseto	0,98	Rimini	1,07
Aosta	1,02	Lecco	1,00	Roma	0,88
Arezzo	1,02	Livorno	1,00	Rovigo	1,07
Ascoli Piceno	1,00	Lodi	1,00	Sassari	0,99
Avellino	0,88	Lucca	1,06	Siena	1,00
Bari	0,81	Macerata	0,98	Siracusa	0,86
Belluno	1,08	Mantova	1,04	Terni	1,00
Benevento	0,90	Messina	0,75	Torino	1,05
Bergamo	0,98	Milano	1,01	Trento	1,10
Biella	0,94	Modena	1,11	Treviso	1,04
Bologna	1,10	Napoli	0,89	Trieste	1,08
Bolzano	1,11	Novara	0,99	Udine	1,05
Brescia	1,03	Padova	1,09	Varese	1,01
Cagliari	0,96	Palermo	0,95	Venezia	1,04
Catanzaro	0,78	Parma	1,00	Vercelli	1,00
Cosenza	0,84	Perugia	1,00	Verona	1,04
Cremona	1,04	Pescara	1,00	Vicenza	1,07
Cuneo	1,08	Piacenza	1,01		
Ferrara	1,08	Pistoia	1,03		
Firenze	1,03	Pordenone	1,10		
Forlì	1,06	Ravenna	1,08		
Genova	1,00	Reggio Calabria	0,81		

Fonte: Osservatorio Prezzi su dati Istat

Tab. 34 - Il prezzo del cappuccino
(valori medi in euro – ottobre 2018)

Capoluogo di provincia	prezzo	Capoluogo di provincia	prezzo
Alessandria	1,30	Milano	1,34
Ancona	1,36	Modena	1,44
Aosta	1,37	Napoli	1,37
Arezzo	1,26	Novara	1,26
Ascoli Piceno	1,27	Padova	1,38
Avellino	1,64	Palermo	1,52
Bari	1,19	Parma	1,54
Belluno	1,52	Perugia	1,21
Benevento	1,05	Pescara	1,26
Bergamo	1,39	Piacenza	1,36
Biella	1,22	Pistoia	1,25
Bologna	1,42	Pordenone	1,56
Bolzano	1,65	Ravenna	1,40
Brescia	1,39	Reggio Calabria	1,36
Cagliari	1,13	Reggio Emilia	1,42
Catanzaro	1,14	Rimini	1,38
Cosenza	1,21	Roma	1,07
Cremona	1,40	Rovigo	1,37
Cuneo	1,28	Sassari	1,20
Ferrara	1,40	Siena	1,24
Firenze	1,24	Siracusa	1,49
Forlì	1,36	Terni	1,22
Genova	1,23	Torino	1,36
Gorizia	1,47	Trento	1,52
Grosseto	1,21	Treviso	1,35
Lecco	1,38	Trieste	1,52
Livorno	1,23	Udine	1,52
Lodi	1,37	Varese	1,35
Lucca	1,24	Venezia	1,37
Macerata	1,22	Vercelli	1,28
Mantova	1,36	Verona	1,47
Messina	1,38	Vicenza	1,43

Fonte: Osservatorio Prezzi su dati Istat

Tab. 35 - Il prezzo del panino al bar
(valori medi in euro – ottobre 2018)

Capoluogo di provincia	prezzo	Capoluogo di provincia	prezzo
Alessandria	3,35	Modena	2,86
Ancona	2,61	Napoli	2,72
Aosta	4,09	Novara	3,53
Arezzo	1,83	Padova	3,32
Ascoli Piceno	2,61	Palermo	2,97
Bari	2,59	Parma	3,77
Belluno	3,39	Perugia	2,54
Benevento	2,63	Pescara	2,57
Bergamo	3,89	Piacenza	2,61
Biella	3,36	Pistoia	1,91
Bologna	3,14	Pordenone	4,14
Bolzano	2,44	Ravenna	3,88
Brescia	3,77	Reggio Calabria	2,58
Cagliari	2,69	Reggio nell'Emilia	4,38
Catanzaro	2,82	Rimini	3,53
Cosenza	2,09	Roma	3,11
Cremona	3,67	Rovigo	3,16
Cuneo	2,9	Sassari	2,91
Ferrara	2,08	Siena	2,35
Firenze	2,46	Siracusa	3,4
Forlì	2,21	Terni	1,42
Genova	3,43	Torino	2,96
Gorizia	2,3	Trento	3,91
Grosseto	2,28	Treviso	3,5
Lecco	4,96	Trieste	3,24
Livorno	2,59	Udine	3,71
Lodi	3,64	Varese	3,92
Lucca	1,57	Venezia	3,45
Macerata	2,05	Vercelli	3,2
Mantova	3,21	Verona	2,87
Messina	2,08	Vicenza	2,64
Milano	4,18		

Fonte: Osservatorio Prezzi su dati Istat

Tab. 36 - Il prezzo del pasto¹² in pizzeria
(valori medi in euro – ottobre 2018)

Capoluogo di provincia	prezzo	Capoluogo di provincia	prezzo
Alessandria	8,67	Modena	10,21
Ancona	9,77	Napoli	6,86
Aosta	10,17	Novara	9,74
Arezzo	9,29	Padova	10,95
Ascoli Piceno	8,19	Palermo	9,12
Bari	8,49	Parma	10,77
Belluno	8,48	Perugia	9,45
Benevento	10,16	Pescara	7,68
Bergamo	10,1	Piacenza	10,05
Biella	10,36	Pistoia	10,09
Bologna	9,94	Pordenone	9,16
Bolzano	9,88	Ravenna	9,54
Brescia	8,11	Reggio Calabria	7,86
Cagliari	7,87	Reggio Emilia	9,86
Catanzaro	8,47	Rimini	9,4
Cosenza	12,00	Roma	9,26
Cremona	9,36	Rovigo	8,09
Cuneo	10,1	Sassari	10,07
Ferrara	9,64	Siena	11,69
Firenze	10,15	Siracusa	10,08
Forlì	11,38	Terni	10,9
Genova	9,52	Torino	9,43
Gorizia	8,47	Trento	9,89
grosseto	9,04	Treviso	9,66
Lecco	8,96	Trieste	8,69
Livorno	8,3	Udine	8,47
Lodi	10,09	Varese	11,71
Lucca	7,8	Venezia	11,58
Macerata	12,05	Vercelli	8,15
Mantova	10,37	Verona	8,52
Messina	9,18	Vicenza	9,21
Milano	10,32		

Fonte: Osservatorio Prezzi su dati Istat

¹² Pizza + bibita

5

Gli italiani e i consumi alimentari fuori casa

Questo capitolo si basa sui risultati dell'indagine «*I consumi alimentari degli italiani fuori casa*» svolta per il quarto anno consecutivo (dal 2015) per conto dell'EBNT. Lo scopo del lavoro è quello di rilevare, descrivere ed analizzare i comportamenti dei consumatori con riferimento al fenomeno del "mangiare fuori casa".

In questa edizione presentiamo anche il focus di approfondimento «**Gli italiani e il valore del cibo**» finalizzato ad analizzare i diversi profili nei quali si articola la relazione delle persone con un atto individuale e al contempo collettivo come quello del "mangiare".

L'analisi definisce anzitutto la segmentazione dei profili dei consumatori secondo la frequenza di consumo:

«**heavy consumer**» - Consumatori che nel corso di un mese «tipo» hanno consumato almeno quattro o cinque pasti fuori casa alla settimana (Frequenza alta di consumo).

«**average consumer**» - Consumatori che nel corso di un mese «tipo» hanno consumato almeno due o tre pasti fuori casa alla settimana (Frequenza media di consumo).

«**low consumer**» - Consumatori che nel corso di un mese «tipo» hanno consumato almeno due o tre pasti fuori casa nel mese (Frequenza bassa di consumo).

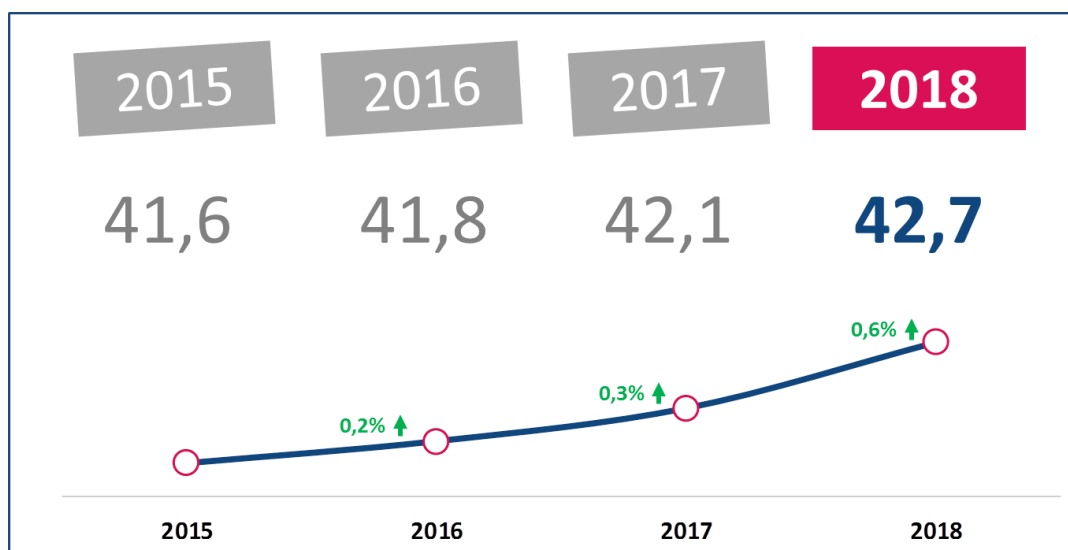
5.1 L'indice dei consumi fuori casa (ICEO)

L'indice dei consumi fuori casa (ICEO) rileva la tendenza degli italiani a consumare i pasti fuori casa. Nel 2018 si è attestato a 42,7 in crescita rispetto al 42,1 del 2017.

La percentuale degli Heavy e Average consumer, ovvero di chi consuma più di 2 pasti a settimana fuori casa, è risultata in crescita rispettivamente del +0,4% e del +0,3%. Più contenuto, invece,

l'aumento dei *low consumer* (+0,1%), portando così al 32,6% la percentuale di coloro che in un mese «tipo» del 2018 ha consumato solo 2 o 3 pasti fuori casa.

Fig. 31 – Indice dei consumi fuori casa (ICEO)



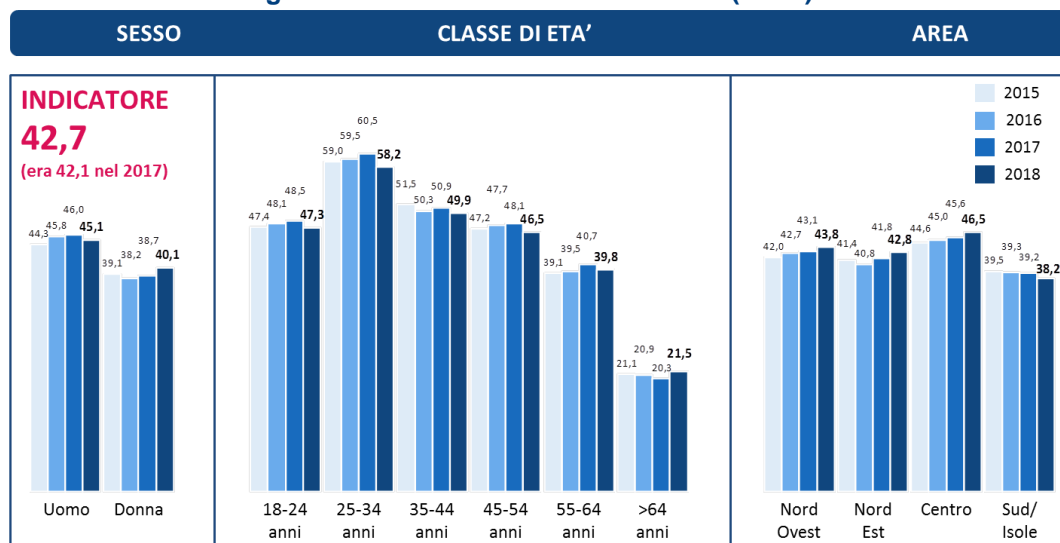
Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

I consumi fuori casa nel corso del 2018 sono aumentati principalmente tra i consumatori di genere femminile (40,1 vs. 38,7 del 2017). Sotto il profilo territoriale l'indicatore risulta in crescita al nord e al centro mentre nel mezzogiorno prosegue la dinamica di contrazione.

- Gli *heavy consumer* sono in prevalenza uomini (51,9% era il 53,7% nel 2017) di età compresa tra i 35 e i 44 anni (26,3% era il 24,1% nel 2017) e residenti al Nord Ovest (32,2% era il 30,1% nel 2017).
- Gli *average consumer* sono in prevalenza uomini (51,0% era il 51,8% nel 2017), residenti al Centro Italia (28,1% era il 29,0% nel 2017) di età compresa tra i 25 e i 34 anni (21,3% era il 19,8% nel 2017).

- *I low consumer* sono in prevalenza donne (52,1% era il 51,2% nel 2017), di età superiore ai 64 anni (23,0% era il 23,8% nel 2017), residenti nelle regioni del Nord Italia (Nord Ovest 28,3% era il 27,0% nel 2017).

Fig. 32 - Indice dei consumi fuori casa (ICEO)



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

L'analisi per occasione di consumo¹³ si focalizza sui tre pasti principali: colazione, pranzo (infrasettimanale e fine settimana) e cena.

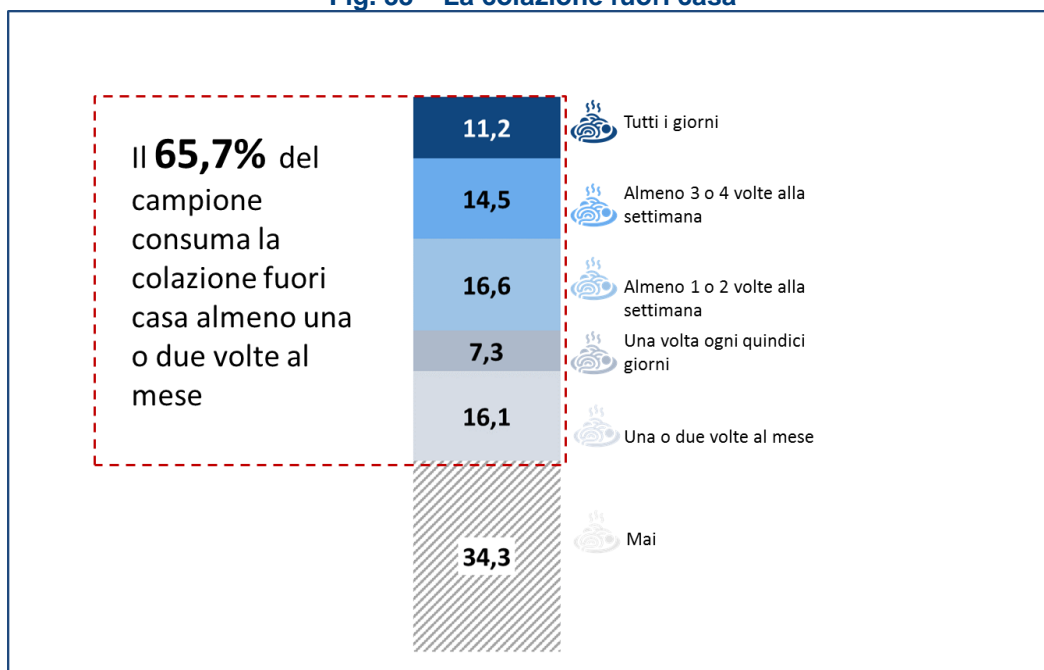
5.2 La colazione

Il 65,7% degli intervistati consuma la colazione fuori casa almeno una o due volte al mese, l' 11,2% dichiara di consumarla tutti i giorni. Il bar/caffè si conferma il luogo deputato alla colazione per tutti e tre i profili di consumatori, senza alcuna distinzione di genere, età o area geografica. Il bar pasticceria è il secondo luogo preferito dagli italiani per fare colazione, in prevalenza dalle donne (65,7% vs 60,3% degli

¹³ I dati sono stati analizzati considerando nella frequenza di consumo «mai» anche i consumer che in un mese «tipo» nel corso del 2018 hanno consumato soltanto un pasto o nessun pasto fuori casa.

uomini) e nel Nord Est (66,1%). Il negozio al dettaglio alimentare ha subito, rispetto all'anno scorso, una lieve diminuzione (nel 2017 raccoglieva il 10,1% delle preferenze, quest'anno il 9,7%) frequentato in prevalenza dai low consumer.

Fig. 33 – La colazione fuori casa



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Per la colazione fuori gli italiani spendono in media 2,50 euro. Solo l'1,9% spende meno di un euro, in prevalenza gli heavy consumer tra i quali c'è evidentemente una consistente quota di chi consuma a colazione solo un caffè. Chi spende in misura maggiore per il primo pasto della giornata sono soprattutto i giovani tra i 25 e i 34 anni (il 22,5% spende più di 3 euro vs il 10,7% di chi ha tra i 45 e i 54 anni). Nel meridione c'è una elevata propensione a spendere: il 26,5% dei meridionali spende in media più di 3 euro a colazione.

Il 22,8% degli intervistati ha dichiarato di aver aumentato nel corso del 2018 i consumi fuori casa per la colazione.






Fig. 34 – La spesa per la colazione

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
Meno di € 1	1,9	2,4	2,3	1,7
€ 1 - € 2	36,5	36,3	38,6	38,9
€ 2 - € 3	43,6	43,1	43,7	42,3
€ 3 - € 5	15,0	13,1	13,3	15,3
Oltre i € 5	3,1	5,1	2,1	1,8

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Interessante rilevare che la propensione a consumare di più cresce soprattutto fra gli heavy e gli average consumer. In prevalenza si consumano snack dolci (73,6%) e caffè (56,6%), seguiti da latte e cappuccino (46,5%).

Fig. 35 – La frequenza di consumo della colazione (confronto con il 2017)

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
 Aumentate fortemente	5,8	6,3	6,6	1,2
 Aumentate lievemente	17,0	15,6	22,4	18,4
 Rimasta invariata	54,5	65,3	58,9	40,3
 Diminuita lievemente	16,2	9,0	9,1	30,1
 Diminuita fortemente	6,5	3,8	3,0	10,0

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

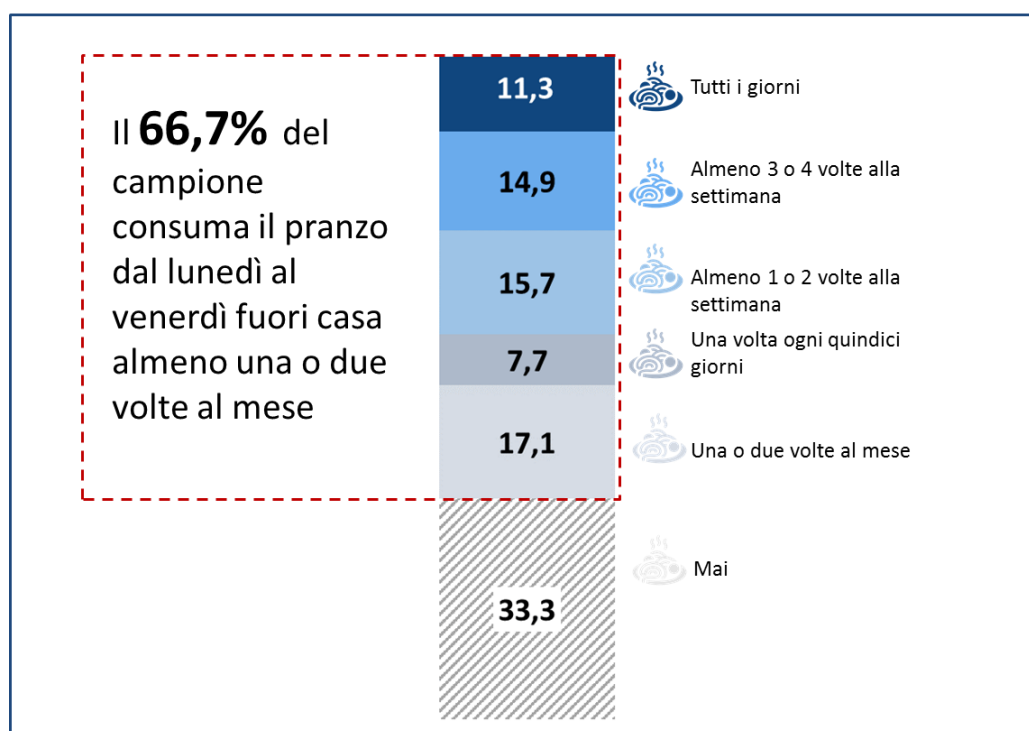
5.3 Il pranzo

5.3.1 il pranzo nei giorni feriali

Il 66,7% degli intervistati consuma il pranzo fuori casa almeno una o due volte al mese, l'11,3% pranza fuori casa tutti i giorni.






Oltre il 25% degli intervistati afferma che rispetto al 2017 il consumo fuori casa in occasione del pranzo è aumentato, mentre nel 59,4% dei casi è rimasto invariato. Il luogo preferito per pranzare fuori casa durante la settimana è il bar: la pensa così il 39% degli intervistati. Il 36,7% sceglie, invece, la trattoria/osteria/ristorante.

Fig. 36 – Il pranzo nei giorni feriali



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018


Fig. 37 – La frequenza di consumo del pranzo fuori casa (confronto con il 2017)

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
 Aumentate fortemente	10,2	12,4	7,6	10,3
 Aumentate lievemente	15,4	11,3	15,3	16,3
 Rimasta invariata	59,4	65,1	63,5	53,4
 Diminuita lievemente	10,3	8,0	10,5	15,0
 Diminuita fortemente	4,8	3,2	3,0	5,0

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Per il pranzo infrasettimanale fuori casa gli italiani spendono in media 11 euro ma uno su due sta tra i 5 e i 10 euro. Solo l'1,2% spende oltre i 30€: si tratta quasi sempre di average e low consumer e dunque presumibilmente di chi pranza fuori casa durante la settimana per motivi di convivialità e non di necessità.







Fig. 38 – La spesa per il pranzo

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
 Meno di € 5	13,9	16,6	11,4	13,1
€ 5 - € 10	47,4	45,9	48,6	45,9
€ 10 - € 20	30,6	29,2	31,0	33,7
€ 20 - € 30	7,0	7,0	8,8	6,1
Oltre i € 30	1,2	1,3	0,2	1,2

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

I consumatori con età compresa tra 35 e 44 anni spendono abbastanza per pranzare, quasi il 50% spende più di 11 euro vs il 30,3% di chi ha tra i 45 e i 54 anni. Nel meridione c'è una maggiore propensione a spendere: il 43,3% dei meridionali spende in media più di 11 euro a pranzo. Le donne in percentuale maggiore rispetto agli uomini spendono per il pranzo massimo 10€ (63,1% vs 59,8% per gli uomini). Il primo piatto è l'alimento che compone in prevalenza il pranzo di chi mangia fuori casa nel corso della settimana (54,7%) in particolare per gli uomini (61% vs il 50,2% delle donne), nel 38,7% dei casi il pranzo nei giorni feriali si compone di un secondo piatto e da un contorno (38,5%). Il 36,5% sceglie il panino.

Fig. 39 – Gli alimenti principali che compongono il pranzo fuori casa nei giorni feriali*

		Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
	Antipasto	14,9	14,3	15,7	14,9
	Panino	36,4	38,5	40,3	35,0
	Primo piatto	54,7	55,1	57,1	50,3
	Secondo piatto	38,7	39,1	37,8	35,9
	Contorno	38,5	43,2	35,9	33,1
	Dolce, gelato	9,6	7,2	10,7	11,0

(*) il totale è maggiore di 100 perché erano possibili più risposte
Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

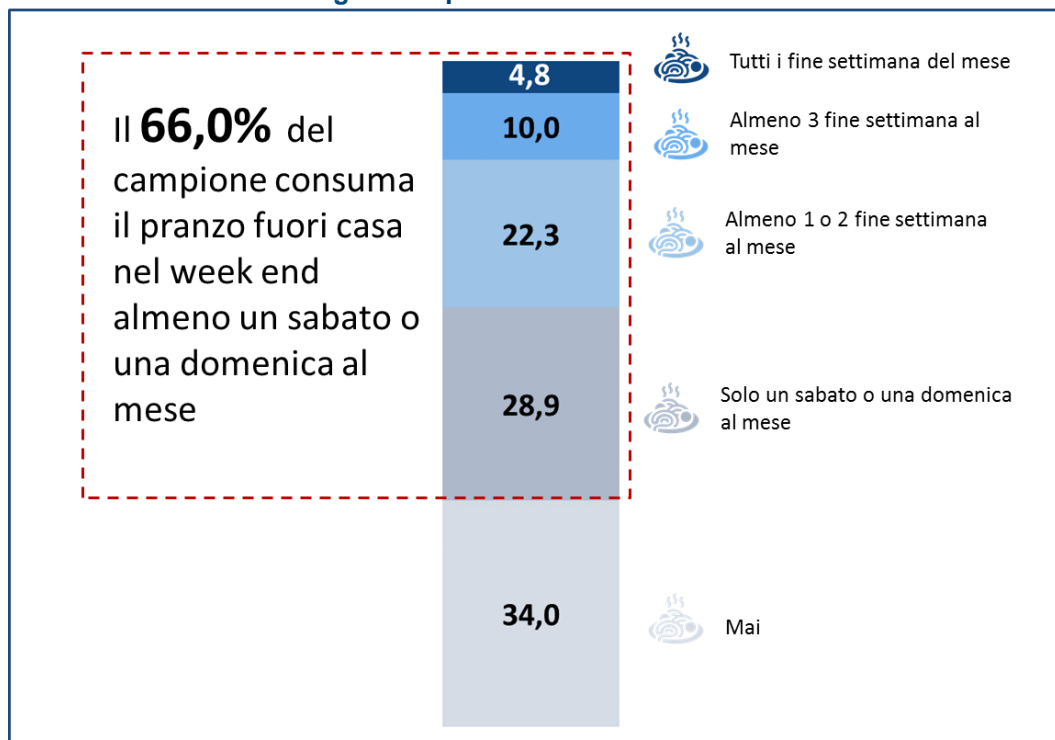
5.3.2 il pranzo nel fine settimana

Il 66% degli intervistati consuma il pranzo fuori casa nel fine settimana almeno un sabato o una domenica al mese, il 4,8% tutti i fine settimana. Il 15,7% degli heavy consumer è solito consumare un pranzo fuori casa nel fine settimana almeno 3 volte al mese.

Tale consuetudine è aumentata nel 14,1% dei casi, mentre il 69,2% dei rispondenti ha dichiarato che le occasioni di consumo nelle quali ha consumato il pranzo fuori casa nel weekend sono rimaste invariate rispetto al 2017.

Per il pranzo fuori casa nel fine settimana gli italiani spendono in media 26 euro. Solo lo 0,9% spende oltre i 70€, in questo caso, si tratta quasi sempre di heavy consumer.

Fig. 40 – Il pranzo nel fine settimana



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Fig. 41 – La spesa per il pranzo nel fine settimana

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
Meno di € 15	21,8	20,2	26,9	21,7
€ 16 - € 30	53,4	54,1	53,0	54,2
€ 30 - € 50	21,4	22,1	16,4	20,1
€ 51 - € 70	2,6	2,0	3,0	3,1
Oltre i € 70	0,9	1,6	0,7	0,8

Prezzo MEDIO
26,0€

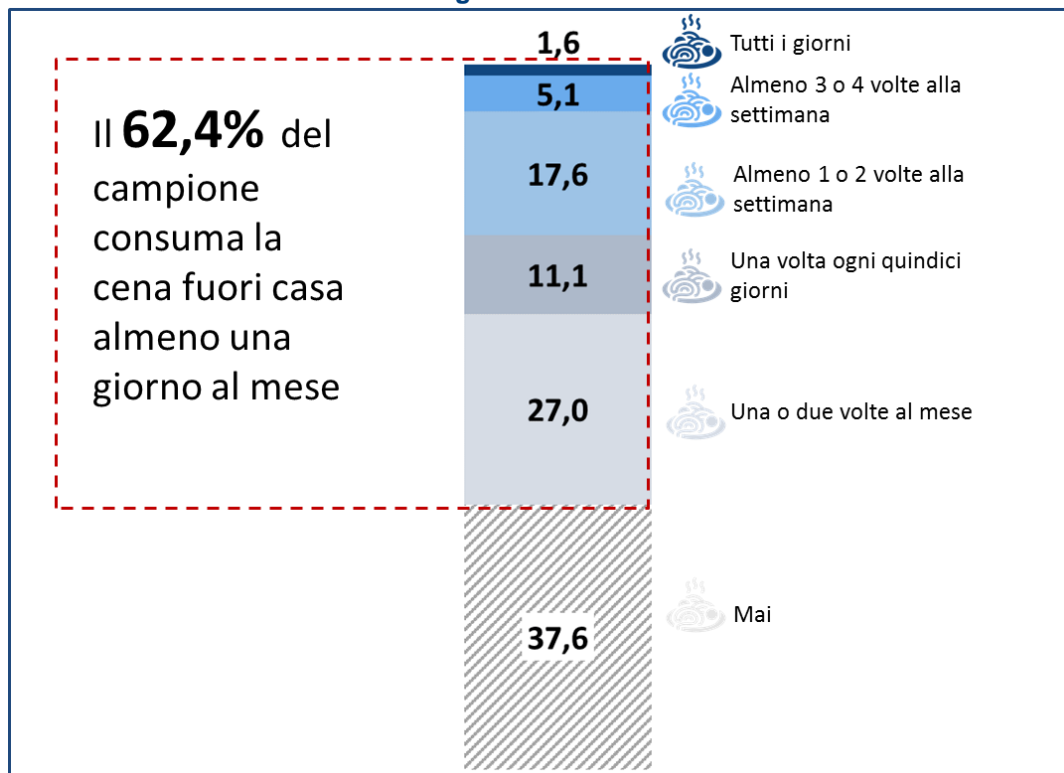
Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Chi ha tra 35 e 44 anni investe molto nel pranzo del fine settimana: il 34% spende più di 31 euro, più uomini che donne (27,2% vs 21,1%). Nel centro Italia c'è una maggiore propensione a spendere: il 27,2% spende in media più di 31 euro per il pranzo nel fine settimana. I meridionali sono più attenti alla spesa per il pranzo del fine settimana (l'81,3% spende meno di 30€).

5.4 La cena

Il 62,4% dei rispondenti ha affermato di cenare fuori casa almeno uno o due volte al mese. Al 5,1% capita più di frequente, 3 o 4 volte alla settimana. Il luogo preferito scelto è la trattoria/osteria/ristorante (63,3%), in seconda battuta la pizzeria (59,7%).

Fig. 42 – La cena



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Fig. 43 – La spesa per la cena

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
Meno di € 10	6,4	5,4	5,1	7,3
€ 10 - € 20	46,2	41,3	50,3	50,4
€ 20 - € 30	38,3	43,6	35,2	33,2
€ 30 - € 50	7,2	8,9	6,8	8,7
Oltre i € 50	1,9	0,8	2,6	0,4

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

La fascia di prezzo su cui si attesta una cena-tipo per la maggior parte dei consumatori è tra i 10 e i 20 euro, anche se più di un terzo degli italiani riserva ad una singola cena dai 21 ai 30 euro.

Si tratta con tutta evidenza di cene a base di pizza come vedremo in seguito. Solo l'1,9% degli intervistati è disposto a pagare più di 50 euro per consumare l'ultimo pasto del giorno.








La spesa media per la cena è di circa 22 euro.

La disponibilità a pagare degli heavy consumer risulta significativamente più alta rispetto ai «low»: per i primi l'ago della bilancia è più spostato nella fascia di prezzo 21-30 euro mentre per i secondo di più nella fascia 10-20 euro.

I residenti del Nord Ovest si dichiarano più propensi a spendere: il 14,7% paga più di 31 euro per la cena, nel meridione invece oltre il 61% non ne spende più di 20.

Gli alimenti che principalmente compongono la cena sono la pizza (71,1%) o un secondo piatto (44,6%), più contenuta la scelta di primi mentre si conferma il rito del dessert come elemento qualificante del pasto conviviale. In un caso su tre è il tiramisù il dolce preferito per concludere la cena.






Fig. 44 - Gli alimenti principali che compongono la cena *

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
 Antipasto	38,8	42,5	35,9	37,2
 Primo piatto	34,2	41,3	33,9	36,9
 Pizza	71,1	68,6	70,0	71,8
 Secondo piatto	44,6	48,0	41,9	39,6
 Panino, toast	13,2	13,9	8,7	11,2
 Dolce, gelato	33,9	30,0	32,6	34,3
 Contorno	24,0	27,9	25,9	23,6

(*) il totale è maggiore di 100 perché erano possibili più risposte
Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Per oltre il 18% degli intervistati è aumentata nel corso del 2018 la propensione a cenare fuori casa ma resta maggioritaria la quota di consumatori che l'ha mantenuta invariata.

Fig. 45 – La frequenza di consumo della cena (confronto con il 2017)

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
 Aumentate fortemente	2,4	2,9	0,9	2,3
 Aumentate lievemente	15,9	17,4	20,7	11,8
 Rimasta invariata	60,8	60,0	57,0	64,5
 Diminuita lievemente	15,5	16,9	15,3	16,4
 Diminuita fortemente	5,4	2,8	6,2	5,0

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

5.5 Gli italiani e il cibo

Il cibo evoca molta suggestioni nell'immaginario degli italiani. Richiama la convivialità, le relazioni, la famiglia, il benessere, persino l'etica. Ma in questi ultimi anni molte cose sono cambiate, a partire dalla disponibilità di tempo da dedicare a tutto tondo al cibo e alla tavola. Non si poteva dunque non approfondire proprio la dimensione della variabile tempo che nella società attuale è probabilmente la risorsa che più scarseggia nella vita delle persone.

5.5.1 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.

Fig. 46 – il tempo dedicato alla spesa

In una settimana tipo, quanto tempo dedica in media alla spesa all'interno del negozio?

(Analisi effettuata solo presso coloro che hanno dichiarato di occuparsi della spesa personalmente o insieme ad un'altra persona)



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

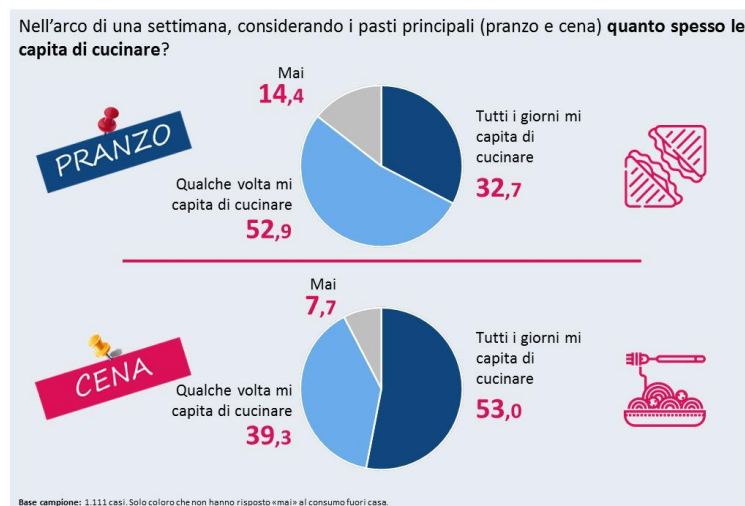
In media il tempo destinato agli acquisti di prodotti alimentari nell'arco di una settimana è di 105 minuti. Il 50,1% degli intervistati preferisce

effettuare spese di piccola entità acquistando, giorno per giorno, il necessario.

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

Il 32,7% dei rispondenti ha dichiarato di cucinare a pranzo tutti i giorni, la percentuale sale al 53% per la cena. Già questo basta per capire come la cena stia assumendo un ruolo sempre più importante nei ritmi alimentari degli italiani.

Fig. 47 – il tempo dedicato alla cucina



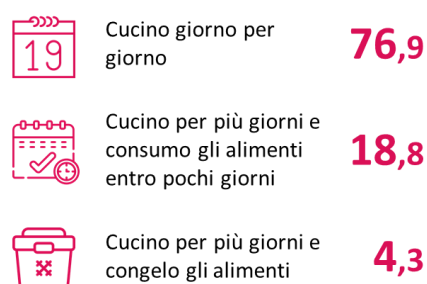
Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

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. In media sono 37 i minuti dedicati ogni giorno alla preparazione dei pasti.

Fig. 48 – la preparazione dei pasti

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

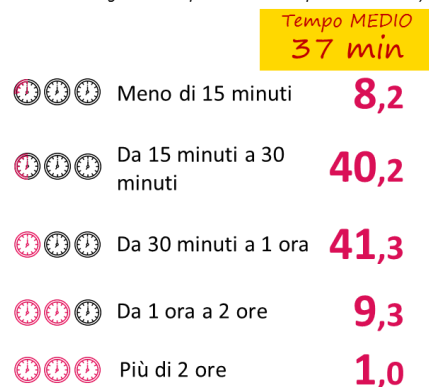
(Analisi effettuata solo presso coloro che hanno dichiarato di cucinare «tutti i giorni» o «qualche volta» a pranzo o a cena)



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)



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

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Il ristorante è un «luogo dove rilassarsi» per il 38,6% degli intervistati, per conversare tranquillamente con amici/parenti (21,6%), per mangiare pietanze che non si ha il tempo di cucinare a casa (15,6%).

Fig. 49 – il consumo dei pasti



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

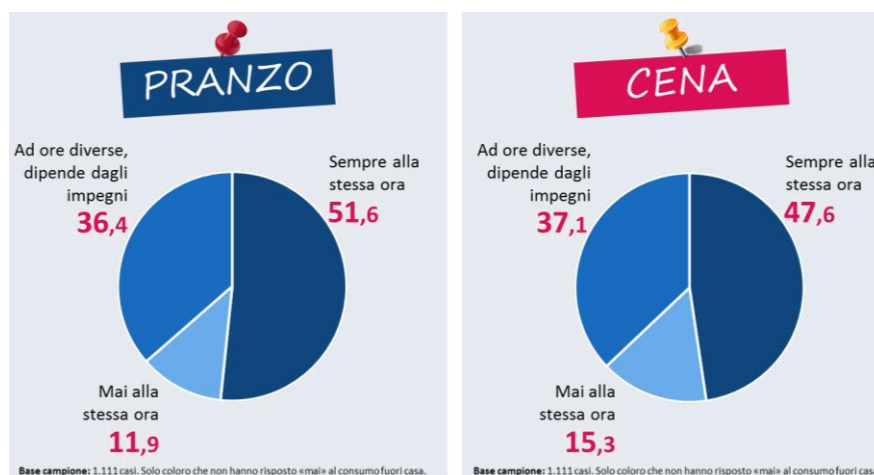
5.5.2 Cibo e relazioni

Il cibo gioca un ruolo fondamentale nelle relazioni individuali, familiari, con la comunità del posto in cui si vive o si va in visita.

I consumatori tendono a mantenere le abitudini relative agli orari in cui si consumano i pasti e il «mettersi a tavola» viene vissuto in prevalenza come momento di relax dal 44,6% degli intervistati per i quali il pasto è anche (e ancora) l'occasione per riunire la famiglia.

Ben il 75% conosce ricette o piatti tradizionali che si tramandano di generazione in generazione, in prevalenza per il tramite delle figure «femminili» della famiglia.

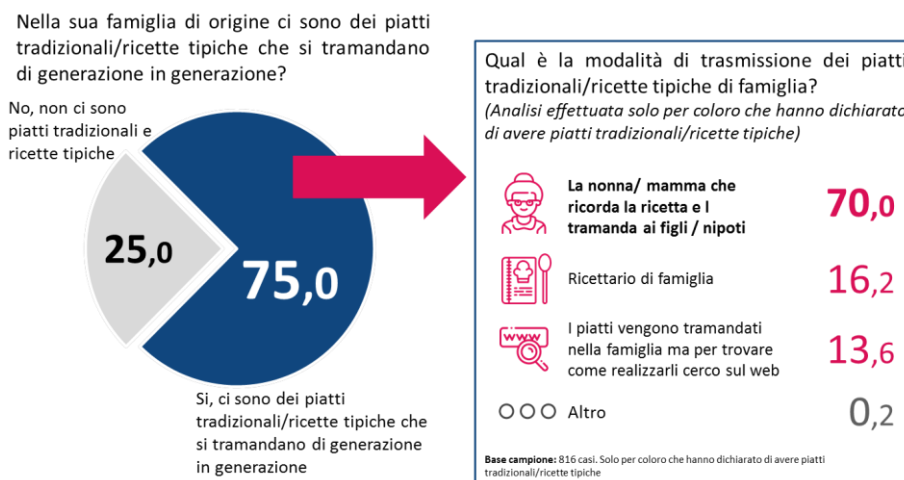
Fig. 50 – gli orari dei pasti



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Tra coloro che affermano di avere piatti della "memoria" è elevata la presenza di chi la mantiene cucinandoli nel rispetto della ricetta della tradizione. Cucinare questi piatti evoca bei ricordi e forti emozioni, tra queste: il mantenimento della cultura, l'amore, la nostalgia.

Fig. 51 – i piatti tradizionali



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Fig. 52 – i piatti tradizionali e le emozioni

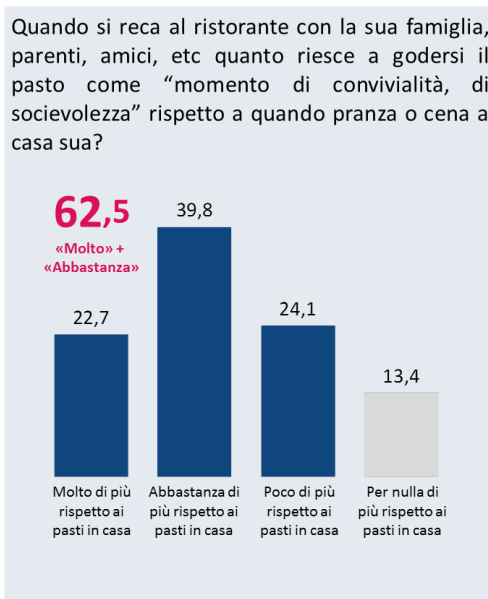
Pensi ora ad un piatto che sia in qualche modo rappresentativo della sua famiglia di origine e della sua infanzia. Che **emozioni** le suscita?
(Analisi effettuata solo presso coloro che hanno dichiarato di avere piatti tradizionali/ricette tipiche)



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

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.

Fig. 53 – il ristorante e la convivialità



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Il ristorante rappresenta un grande valore come momento di convivialità. Per il 62,5% è il posto ideale per godersi il pasto e le relazioni con le persone care.

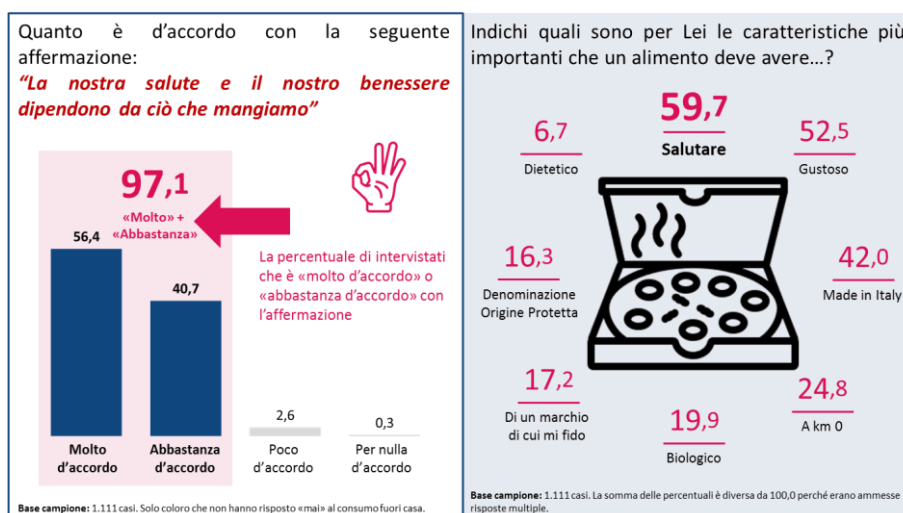
5.5.3 Il cibo e la salute

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

Tutti concordano sul fatto che «la salute ed il proprio benessere» dipendono anche dal cibo. Per la maggior parte degli intervistati il cibo deve essere salutare ancor prima di essere gustoso.

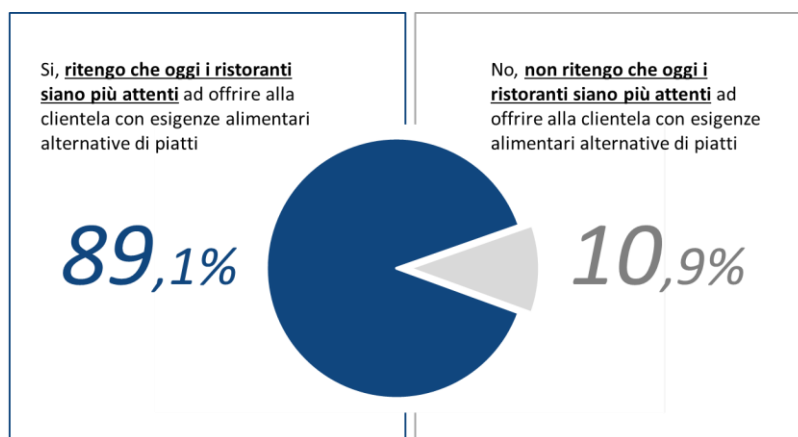
Ben il 71,8% degli intervistati si informa, durante la scelta del piatto da consumare, sulla qualità e la provenienza dei prodotti utilizzati. Alta anche la percentuale di chi ritiene che oggi i ristoranti siano più attenti a «offrire alla clientela alternative di piatti salutistici».

Fig. 54 – la relazione tra cibo e salute



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Fig. 55 – l'importanza della provenienza dei piatti



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

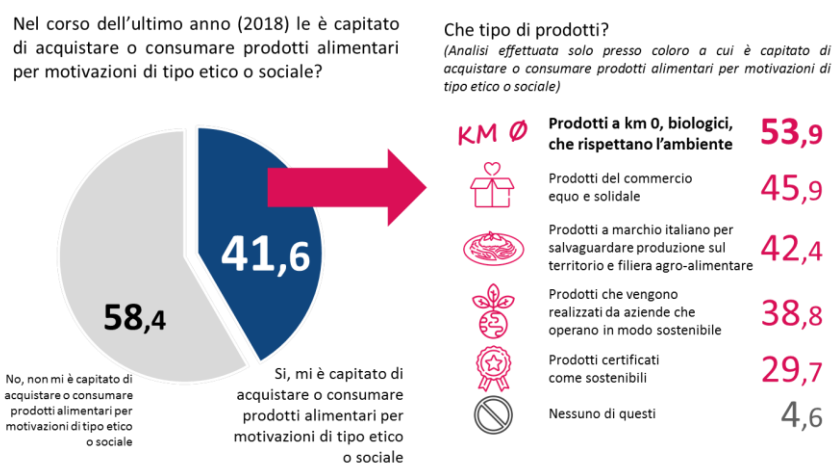
Ben il 71,8% degli intervistati si informa, durante la scelta del piatto da consumare, sulla qualità e la provenienza dei prodotti utilizzati. Alta

anche la percentuale di chi ritiene che oggi i ristoranti siano più attenti a «offrire alla clientela alternative di piatti salutistici».

5.5.4 Il cibo e l'etica

In una società sempre più disillusa la ricerca di valori, di comportamenti responsabili, di un'economia permeata dall'etica non può prescindere da nuove considerazioni sul valore del cibo. Perché il cibo non è una merce qualunque ma un condensato di valori sociali, ambientali, storici e culturali.

Fig. 56 – il cibo e l'etica



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Il 41,6% dei rispondenti dichiara di avere acquistato/consumato nel corso del 2018 prodotti alimentari per motivazioni di tipo etico e/o sociale. Tra coloro che scelgono gli alimenti sulla base di questi valori è elevata la percentuale di chi è disposto a spendere qualcosa di più per acquistarli. 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.

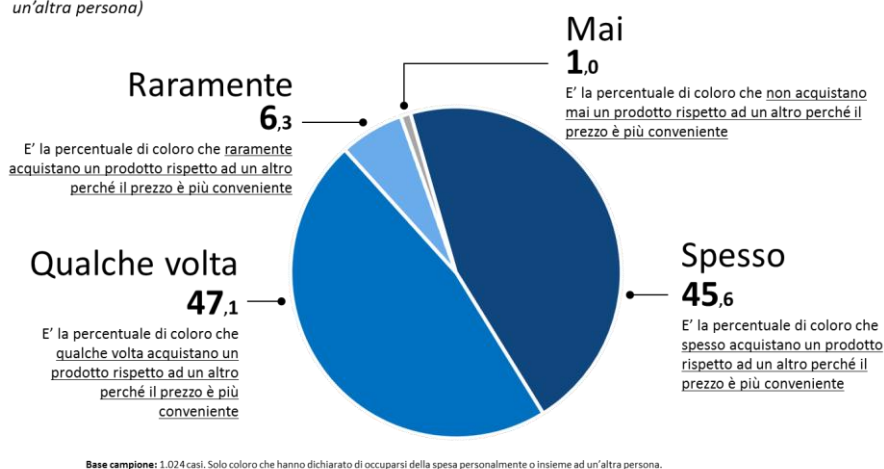
5.5.4.1 Il prezzo

Guardando le cose da un'altra angolazione si registra che il prezzo resta una variabile importante per l'acquisto di prodotti alimentari. Il rischio commodity è forte. Il 45,6% dei rispondenti dichiara di avere scelto un prodotto alimentare sulla base del prezzo più conveniente.

Fig. 57 – il prezzo

Quanto spesso le capita di acquistare un prodotto rispetto ad un altro perché il prezzo è più conveniente?

(Analisi effettuata solo presso coloro che hanno dichiarato di occuparsi della spesa personalmente o insieme ad un'altra persona)



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

5.5.4.2 Lo spreco

La quasi totalità dei rispondenti è abituato a «congelare il cibo», l'82,8% riutilizza il cibo cucinato nei giorni precedenti per i pasti dei giorni successivi.

Tra le misure anti-spreco adottate dalla famiglia, quella di congelare gli alimenti sia cotti che crudi è la più frequente. Una scelta che consente anzitutto di non sprecare perché nella vita di tutti i giorni è complicato approvvigionarsi ogni giorno delle cose che servono.

D'altra parte solo pochi hanno la possibilità di uscire a prendere dall'orto ciò che serve in cucina o di andare sotto casa dal piccolo negozio di alimentari per acquistare ciò che manca.

Fig. 58 – le misure anti-spreco

Parlando delle sue abitudini di consumo...



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

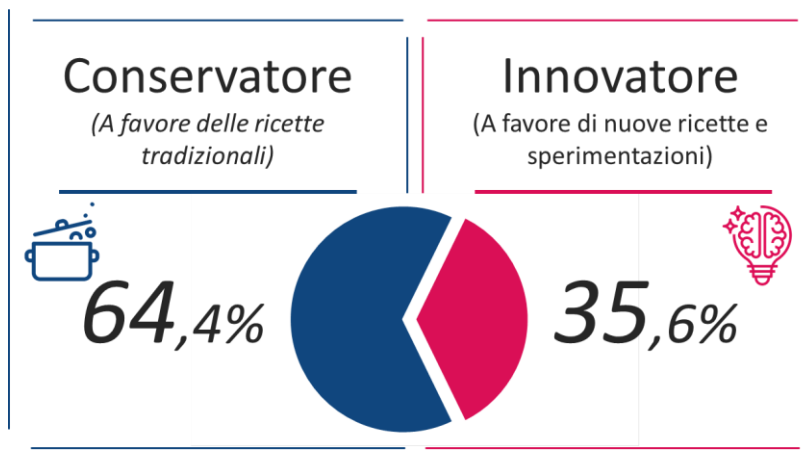
5.5.5 Il cibo e la cultura

L'espressione di Feuerbach «l'uomo è ciò che mangia» racchiude in sé dimensione fisica e dimensione immateriale dell'esistenza.

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

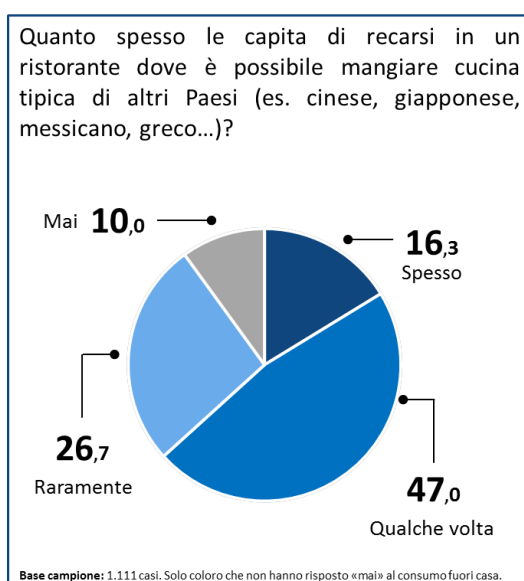
Il 56,1% di chi ha avuto la possibilità di viaggiare all'estero ha preferito provare la cucina locale pur non senza una certa nostalgia per i piatti italiani, in primis pasta e pizza. il 63,3% degli intervistati ha provato, anche solo qualche volta, un ristorante etnico.

Fig. 59 – tradizione vs innovazione



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Fig. 60 – la ristorazione etnica



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Il 66,4% degli italiani si riunisce durante i giorni festivi a tavola con parenti e amici magari anche per rievocare bei momenti o vivere emozioni.

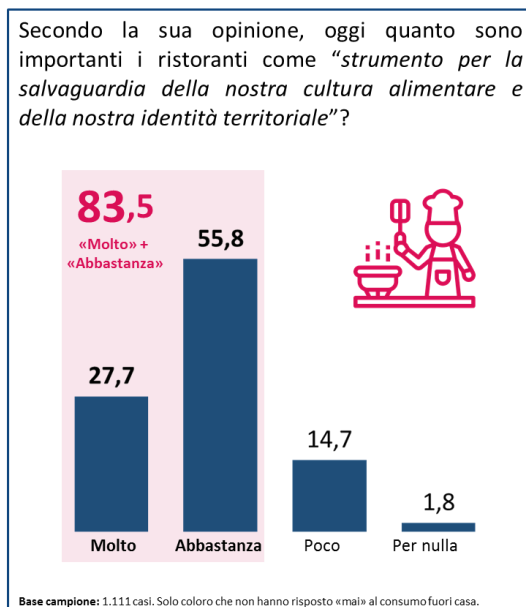
Fig. 61 – il pranzo nei giorni festivi



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2018

Il pranzo della domenica conserva un valore simbolico nell'immaginario collettivo degli italiani mentre il ristorante continua ad essere un importante strumento di salvaguardia della nostra identità e culturale.

Fig. 62 – i ristoranti a salvaguardia dell'identità culturale alimentare del nostro popolo



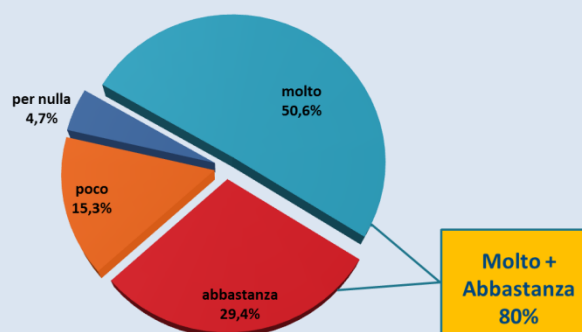
Approfondimento 5

Spreco alimentare: la risposta della ristorazione italiana

La ristorazione, come abbiamo visto, assume un ruolo sempre più rilevante nei consumi alimentari degli italiani non soltanto dal punto di vista quantitativo ma anche da quello qualitativo. Nella ristorazione si creano stili alimentari, modelli di consumo e persino stili di vita. Da qui nasce l'esigenza di accompagnare, anche nella ristorazione, l'accresciuta sensibilità dell'opinione pubblica sul tema dello spreco alimentare nella consapevolezza che alla crescita di ruolo debba corrispondere una crescita altrettanto forte della responsabilità verso comportamenti e azioni virtuose finalizzate a ridurre gli sprechi.

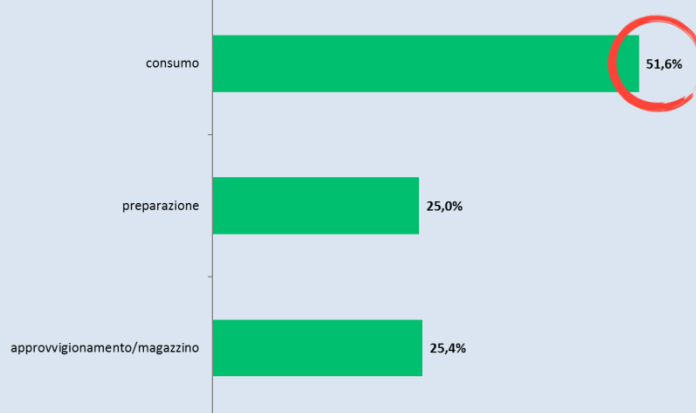
Da una recente indagine emerge che per un ristoratore su due lo spreco di cibo al ristorante è *molto rilevante*. La percentuale arriva all'80 per cento se si considerano anche i ristoratori che ritengono lo spreco *abbastanza rilevante*.

Quanto è rilevante lo spreco di cibo al ristorante?



Fonte: Indagine Fipe, 2018

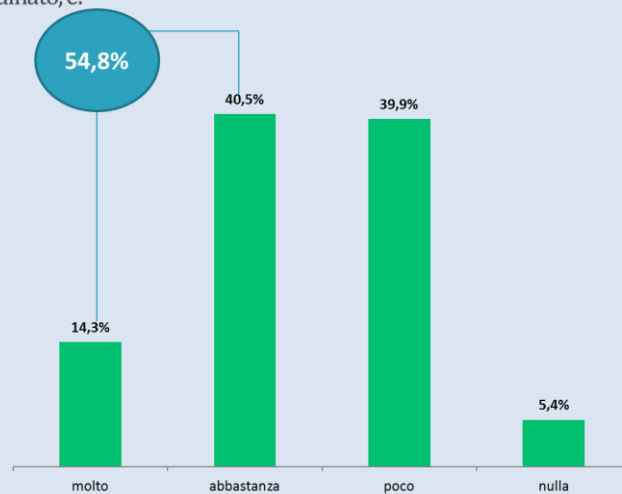
La fase del "processo" di produzione ed erogazione del servizio nella quale si concentrano maggiormente gli sprechi è proprio quella del consumo. Si esprime in tal senso il 51,6% dei ristoratori intervistati. Ciò significa che il cibo ordinato e portato in tavola viene consumato solo in parte mentre quello che resta finisce nella spazzatura. Ma al ristorante si spreca anche nella preparazione in cucina e nella conservazione. Parte del cibo viene scartata a volte soltanto per problemi che hanno a che fare con l'estetica (vale il detto "anche l'occhio vuole la sua parte") piuttosto che con la qualità e la salubrità.

In quale *fase* si spreca la maggiore quantità di cibo al ristorante

Fonte: Indagine Fipe, 2018

Il cibo ordinato e non consumato non è poco. Per il 14,3% dei ristoratori intervistati è *molto* e per il 40,5% è *abbastanza*. Solo per un residuo 5,4% non c'è spreco.

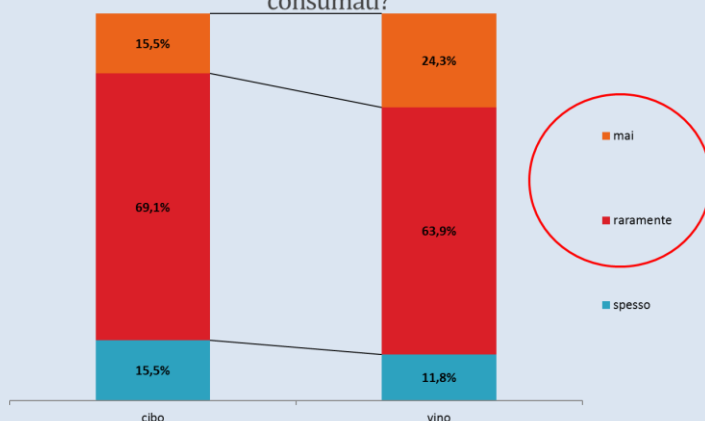
Il cibo sprecato al ristorante, perchè i clienti non mangiano tutto quello che hanno ordinato, è:



Fonte: Indagine Fipe, 2018

La consuetudine di portarsi a casa il cibo ordinato e non consumato riguarda solo una piccola parte della clientela (15,5% per il cibo e l'11,8% per il vino).

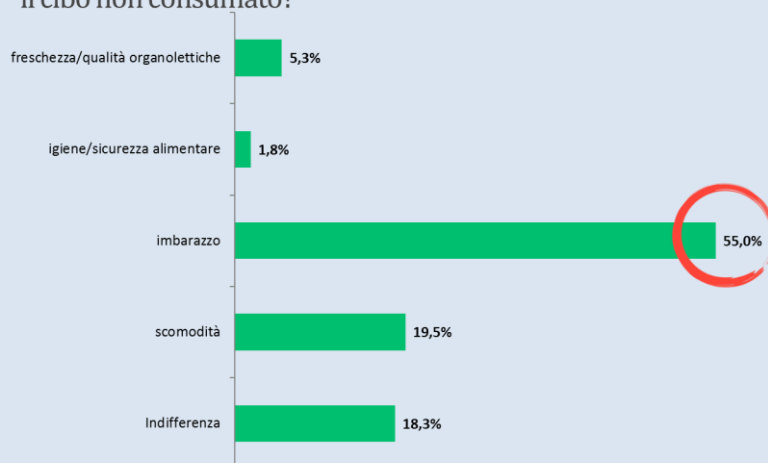
I clienti chiedono di poter portare via il cibo e/o il vino non consumati?



Fonte: Indagine Fipe, 2018

E perché i clienti non hanno la consuetudine di portarsi via il cibo non consumato? Secondo un ristoratore su due per imbarazzo a cui seguono scomodità (19,5%) e indifferenza (18,3%).

Quali sono le ragioni per le quali i clienti non chiedono di portare via il cibo non consumato?



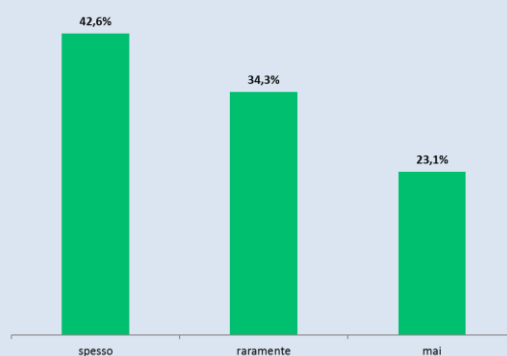
Fonte: Indagine Fipe, 2018

Eppure non sono pochi i ristoratori (43%) che tentano di superare l'imbarazzo dei clienti comunicando che c'è la possibilità di portarsi via cibo e vino non consumati. Poi c'è un 34% che lo fa raramente e mai il restante 23%.

La ristorazione afferma di essere pienamente attrezzata per gestire l'asporto con contenitori adatti alla conservazione di prodotti alimentari. Si tratta per lo più delle

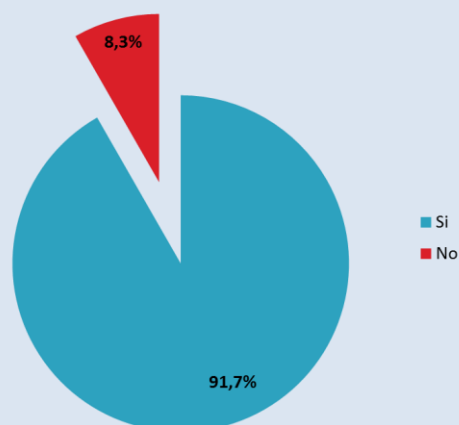
classiche vaschette in alluminio per alimenti.

Chiede ai clienti se vogliono portarsi via il cibo e il vino non consumato?



Fonte: Indagine Fipe, 2018

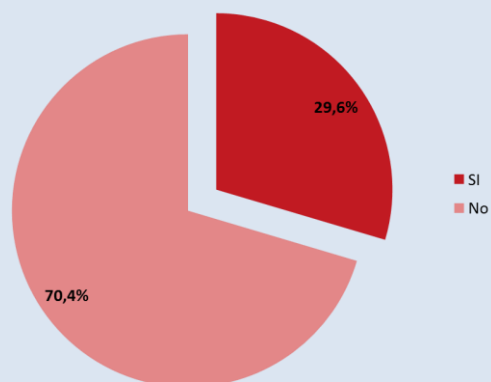
E' attrezzato in tal senso?



Fonte: Indagine Fipe, 2018

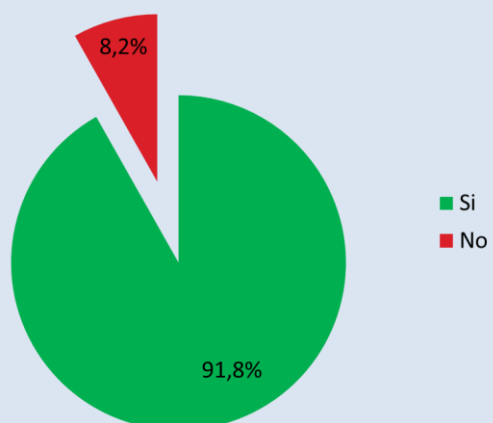
Solo il 30% degli intervistati conosce l'iniziativa **Rimpiattino** promossa da Fipe e Comieco ma ben il 92% si dichiara favorevole anche se non tutti sono disposti a condividerla sul piano operativo. In ogni caso va evidenziato che due ristoratori su tre manifestano l'interesse a partecipare all'iniziativa contro lo spreco alimentare.

Conosce l'iniziativa sulla "doggy bag" promossa da Fipe e Comieco?



Fonte: Indagine Fipe, 2018

E' favorevole a questa iniziativa?

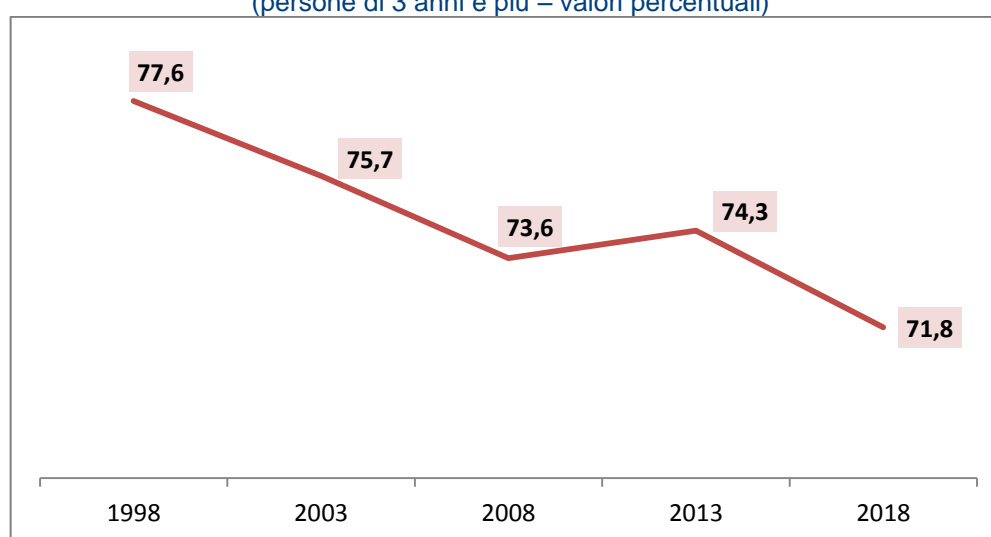


Fonte: Indagine Fipe, 2018

5.6 Il cambiamento degli stili alimentari

Nel 1998 il 78% delle persone con tre anni e più erano solite pranzare in casa. Dopo 20 anni la percentuale è scesa al di sotto del 72%, una contrazione che in valore assoluto equivale a circa 3,5 milioni di persone.

Fig. 64 – Pranzano in casa
(persone di 3 anni e più – valori percentuali)



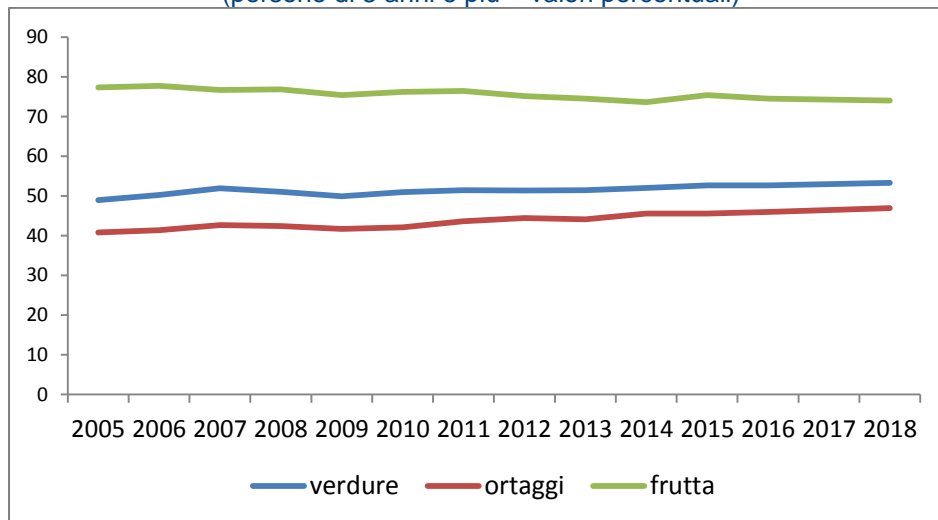
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Nell'arco di oltre 10 anni si assiste alla dinamica divergente tra frequenza di consumo di verdure e ortaggi da un lato e frutta dall'altro. La quota di persone che consuma quotidianamente verdura sale dal 48,9% del 2005 al 53,3% del 2018 mentre per la frutta si scende dal 77,3% al 74%.

Ma al di là del dato confortante sulla dinamica della frequenza con cui si consumano verdure, resta il fatto che una persona su due continua ad avere un'alimentazione che non prevede quotidianamente almeno una porzione di verdura.

Va esattamente nella direzione opposta il trend del consumo di frutta. Il consumo giornaliero interessa circa 8 persone su 10 ma con un trend in flessione.

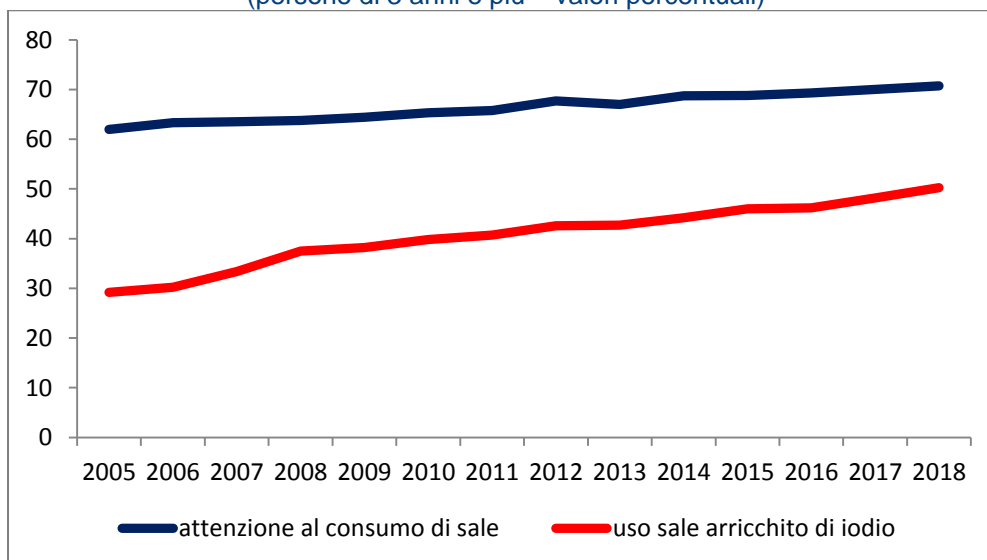
Fig. 65 – Consumano almeno una volta al giorno alcuni cibi
(persone di 3 anni e più – valori percentuali)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

E' invece confortante scoprire che almeno sul consumo di sale i comportamenti sono sempre più virtuosi.

Fig. 66 – Il consumo di sale
(persone di 3 anni e più – valori percentuali)

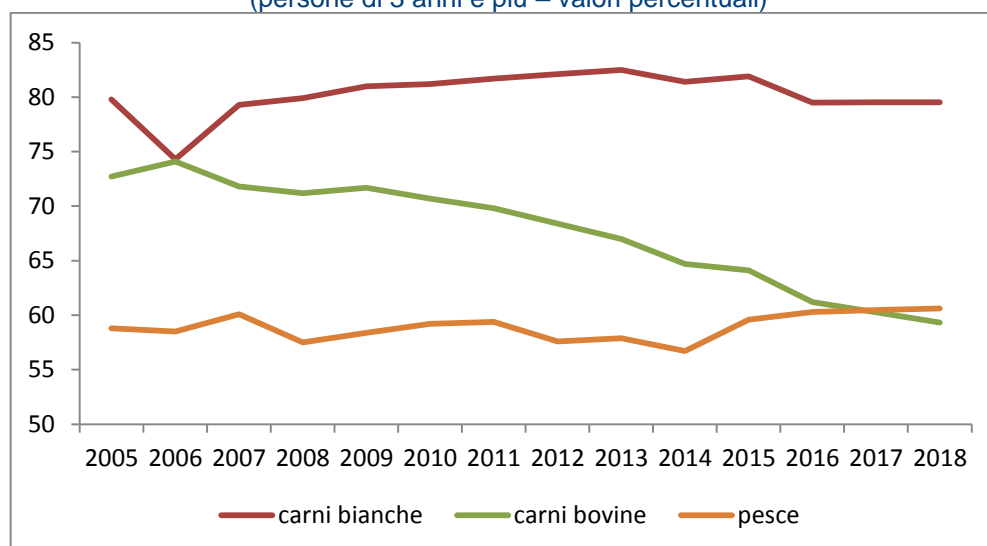


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

L'attenzione cresce e cresce anche l'uso di sale arricchito di iodio. Ed è interessante osservare che l'attenzione non aumenta solo, come è logico attendersi, tra le persone appartenente alle classi di età maggiori ma anche tra i giovani e i giovanissimi.

Sulla carne i comportamenti degli italiani sono piuttosto netti: è stabile la tendenza a consumare carni bianche, si contrae quella delle carni rosse.

Fig. 67 – Consumano carne qualche volta alla settimana
(persone di 3 anni e più – valori percentuali)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

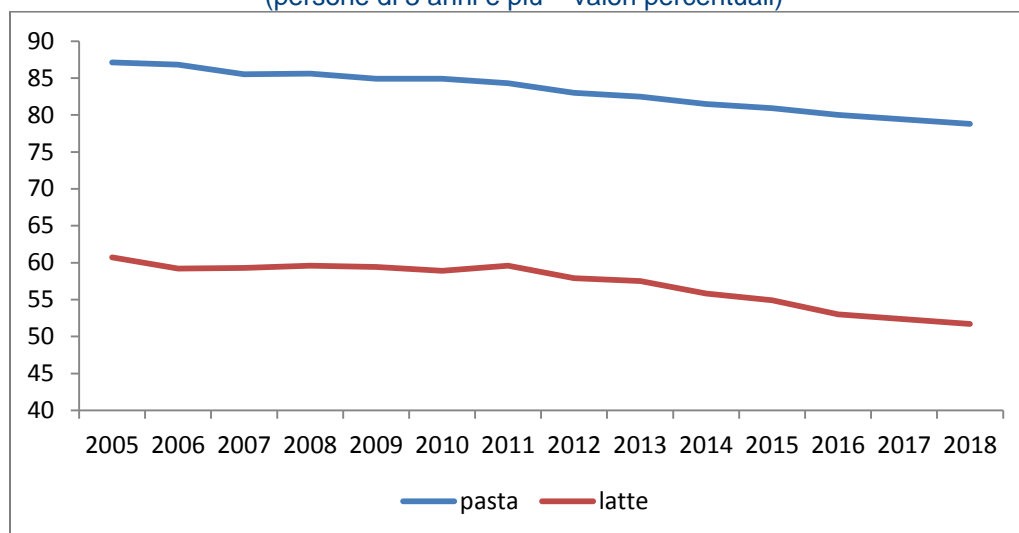
Nel lungo periodo che va dal 2005 al 2018 la quota di persone che consuma carni bianche almeno qualche volta alla settimana si mantiene intorno all'80% mentre quella sul consumo di carni rosse passa dal 73% al 59%.

Altrettanto stabile la propensione a consumare pesce.

In forte calo la tendenza a consumare pane, pasta e latte. I primi sono spariti dalla dieta quotidiana di un ulteriore 8,3% di popolazione. La quota di chi ancora lo consuma resta alta ma si comincia a restringere

la *maggioranza bulgara* con cui questi prodotti resistono sulle tavole degli italiani.

Fig. 68 – Consumano pane/pasta e latte almeno una volta al giorno
(persone di 3 anni e più – valori percentuali)

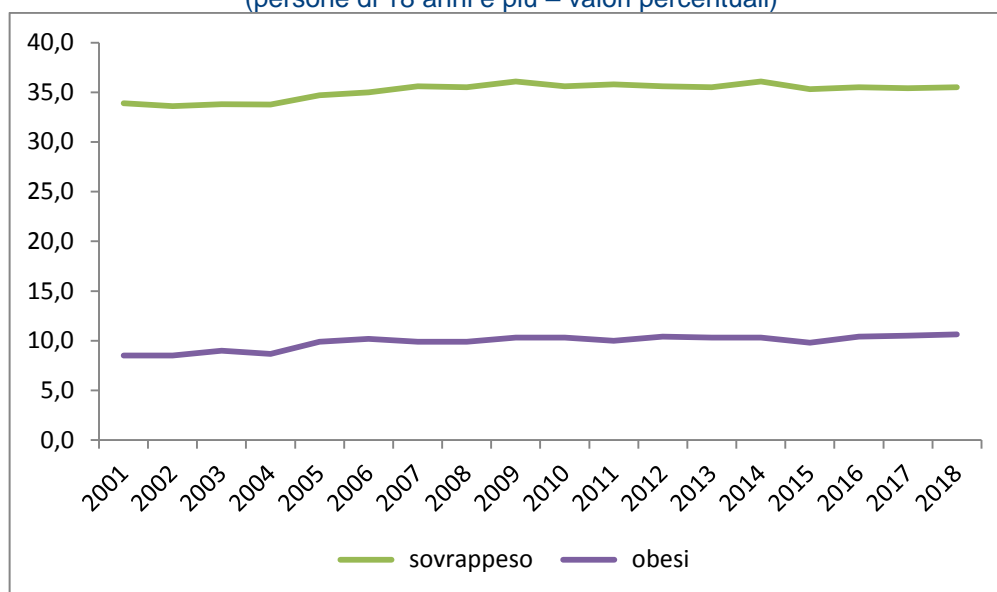


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Il latte viene consumato quotidianamente da un italiano su due. Le quote più elevate di contrazione della propensione a consumare latte quotidianamente si registrano proprio tra i più giovani. Nel periodo osservato la quota di bambini con età compresa tra 6 e 10 anni che consuma latte ogni giorno scende dall'81,5% al 71,2%.

Il 50% circa della popolazione adulta è in sovrappeso o, addirittura, obesa. Questi ultimi sono circa l'11% del totale pari in valore assoluto a 5,4 milioni di persone in crescita di oltre il 20% in soli 10 anni. Il dato allarmante è che il tasso di obesità aumenta maggiormente proprio tra i più giovani.

Fig. 69 – Persone per indice di massa corporea
(persone di 18 anni e più – valori percentuali)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Approfondimento 6 Il food delivery in Italia

La consegna di cibo a domicilio non è una novità nel panorama della ristorazione italiana. Numerosi esercizi, in particolare pizzerie, adottano da tempo la pratica della consegna a casa dei propri prodotti. Ciò che è invece una novità per il mercato italiano riguarda lo sviluppo del servizio di delivery basato prevalentemente sull'uso di app che permettono ai consumatori di scegliere e ordinare online da una rete sempre più ampia di ristoranti un insieme di piatti che vengono trasportati prontamente nelle case e negli uffici. L'innovazione sta, dunque, tutta nella gestione del servizio della consegna che, grazie alle potenzialità della tecnologia, permette di ottimizzare i tempi e di conseguenza di mantenere al meglio le caratteristiche organolettiche dei piatti.

Oggi le piattaforme più note sono Deliveroo, Glovo, Just Eat, Social Food e Uber Eats e il valore del mercato, secondo l'Osservatorio sull'e-commerce B2C del Politecnico di Milano, è nel 2018 di 350 milioni di euro con una crescita del 69% sull'anno precedente.

Perché si usa il delivery

Da un'indagine Fipe si rileva che il 30,2% degli italiani ha avuto occasione di ordinare on line il pranzo o la cena da piattaforme di food delivery. Le ragioni stanno principalmente nella combinazione tra la poca voglia di uscire (37,1%) e/o di cucinare (31,5%) e la mancanza di prodotti in casa (35,6%).

Le capita mai di ordinare il pranzo o la cena a domicilio su piattaforme online di intermediazione tra ristoranti e consumatori finali della consegna a domicilio (es. just eat, deliveroo, foodora, etc)?

No,
non ordino il pranzo o la cena a domicilio su piattaforme online

69,8



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

Sì,
mi capita di ordinare il pranzo o la cena a domicilio su piattaforme online

30,2



Quali sono i motivi per i quali si serve di queste piattaforme?

(Analisi effettuata solo presso coloro che hanno dichiarato di avere ordinato il pranzo o la cena a domicilio su piattaforme online)



Per mangiare qualcosa di buono senza uscire 37,1



Quando non ho nulla da mangiare in casa **35,6**



Quando non ho voglia di pensare al pranzo/cena **34,7**



Quando non ho tempo di cucinare **31,5**



Per quando ho ospiti improvvisi **18,4**



Per la vasta scelta che offrono queste piattaforme **17,3**



Altro **1,4**

Base campione: 304 casi. Solo presso coloro che hanno dichiarato di avere ordinato il pranzo o la cena a domicilio su piattaforme online. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.

La "maturità" del mercato del food delivery nel Regno Unito consente di approfondire meglio alcuni aspetti legati ai comportamenti dei consumatori. Uno studio condotto da Morar HPI su 4mila consumatori conferma che la ragione principale che spinge a ordinare online è proprio il desiderio di stare in casa e la scarsa voglia di cucinare.

Il consumo nei ristoranti resta, tuttavia, la scelta principale per la ricchezza dell'esperienza offerta dai locali e perché rappresenta un'opportunità unica di socializzazione. In casa e fuori casa la qualità del cibo è sempre un driver fondamentale di scelta.

Cosa mangia chi ordina online

I cibi preferiti del 2018 sono stati, secondo dati di fonte aziendale, i "Poke Bowl", gli hamburger con le patatine, la pizza, il sushi e i ravioli asiatici.

I "Poke" hawaiani sono le ciotole di pesce crudo tipiche dell'arcipelago situato nel Pacifico e hanno rappresentato la tendenza di consumo più importante del 2018 classificandosi al primo posto tra i piatti più ordinati in Italia.

Sempre secondo la stessa fonte il 2019 mostra già alcuni segni che caratterizzeranno l'anno appena iniziato e che potrebbero cambiare le abitudini gastronomiche degli italiani. Emergono nuove tendenze: il veg meat: beyond burger; la cucina birmana e filippina; la curcuma e il gomasio; i semi di canapa; una maggiore attenzione alla frutta tra cui il cocco e il dragon fruit.

Dunque molta cucina etnica ma anche pizza e carne nella forma dell'hamburger. E' evidente come l'offerta abbia bisogno di essere arricchita e in questo ambito ci sono spazi importanti anche per la ristorazione tradizionale italiana e persino regionale. Resta sottinteso che i tempi di consegna restano una variabile importante del servizio soprattutto per il mantenimento delle caratteristiche organolettiche delle pietanze e che l'offerta deve essere elaborata proprio in funzione di essa.

Chi utilizza il food delivery

Il consumatore italiano si presenta, secondo dati di fonte aziendale, con un profilo simile a quello che contraddistingue i consumatori di altri mercati. Dal punto di vista anagrafico la presenza dei giovani è prevalente. Un dato intuitivo anche per la maggiore propensione all'utilizzo della tecnologia da parte dei giovani.

Non si rilevano invece differenziazioni significative dal punto di vista del genere. Il delivery viene utilizzato indifferentemente da uomini e donne.

Quanto alle aree geografiche, il food delivery è sviluppato molto più al nord che al centro e al sud del Paese. La Lombardia si è confermata nel 2018 la regione in cui maggiore è la propensione dei consumatori a utilizzare il food delivery grazie a fattori sociali, culturali e anche economici. Il maggior tasso di occupazione, anche femminile, la presenza di un significativo numero di single, la maggiore facilità d'uso della moneta elettronica hanno senz'altro influito su questo risultato.

Chi sono i rider

Fonti aziendali dicono che poco meno del 50% sono studenti e oltre un terzo hanno già un lavoro. Sono soprattutto giovani under 30 che chiedono flessibilità per organizzare il proprio lavoro in autonomia secondo le proprie esigenze personali, familiari e professionali.

Da un'indagine effettuata a dicembre 2018 da Deliveroo sui propri "cicofattorini" emerge che il livello di soddisfazione per il lavoro svolto supera il 90% e sempre Deliveroo indica in oltre 12 euro lordi per ora il guadagno medio.

Nota tecnica

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

Nell'approfondimento sulla dinamica dei consumi a livello regionale l'aggiornamento dei prezzi al 2017 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 2017 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

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 è stata svolta considerando le persone che nel corso di un mese «tipo», ovvero non considerando i periodi di tempo particolari quali le ferie, le festività, etc., hanno consumato i propri pasti almeno due o tre volte «fuori casa».

E' stato somministrato un questionario strutturato con il metodo delle interviste telefoniche (Sistema Cati, Computer Assisted Telephone Interview) e via web (Sistema Cawi, Computer Assisted Web Interview) da Format Research.

Le interviste sono state effettuate nel periodo: 16 ottobre - 02 novembre 2018 su un campione di 1.576 casi statisticamente rappresentativo dell'universo dei cittadini italiani di età superiore ai 18 anni che rispondevano alle caratteristiche di cui sopra (che hanno consumato nel corso di un mese «tipo» almeno 2 o 3 pasti fuori, che hanno consumato nel corso di un mese «tipo» almeno 2 o 3 pasti fuori casa alla settimana e che hanno consumato nel corso di un mese «tipo» 4 o 5 pasti fuori casa alla settimana).

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.

Le informazioni per gli approfondimenti provengono dalle seguenti fonti:

A1: I consumi delle famiglie per regione – Istat

A2: I bilanci delle imprese – Infocamere

A3: Conto economico delle catene di ristorazione commerciale - Cerved

A4: I prezzi al consumo per regione - Istat

A5: Indagine sullo spreco alimentare - Fipe

A6: Il food delivery in Italia – Fipe e dati aziendali



Fipe, Federazione Italiana Pubblici Esercizi, nasce nel 1945 ed è oggi **l'associazione leader nel settore della ristorazione, dell'intrattenimento e del tempo libero**, nel quale operano più di **300 mila aziende** con 1 milione di addetti ed un **valore aggiunto di 43 miliardi di euro**.

Rappresenta e assiste bar, ristoranti, pizzerie, gelaterie, pasticcerie, discoteche, stabilimenti balneari, ma anche mense, ristorazione multilocalizzata, emettitori buoni pasto e casinò nei riguardi delle istituzioni, delle rappresentanze sindacali e degli altri stakeholders.

FIPE è membro di **CONFCOMMERCIO** – Imprese per l'Italia, principale organizzazione del settore terziario ed è parte di Confturismo dove rappresenta insieme ad altre associazioni il settore del turismo.

A livello internazionale è socio di **Hotrec**, associazione europea delle imprese di ristorazione.

Il Presidente è Lino Enrico Stoppani.

www.fipe.it

<https://www.facebook.com/fipe.confcommercio>

<https://twitter.com/fipeconf>



Fondo Est, è l'Ente di assistenza sanitaria integrativa del Commercio, del Turismo, dei Servizi e dei settori affini

Il Fondo, costituito dalle parti sociali nel 2005, nasce in attuazione di un accordo recepito dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (C.C.N.L.) del Terziario e del Turismo parte speciale "Pubblici esercizi" e parte speciale "Imprese di viaggi" e, successivamente, dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro delle Aziende Ortofrutticole e Agrumarie, delle Aziende Farmaceutiche Speciali, degli Impianti Sportivi, delle Autoscuole, e dal 1° luglio 2018 delle Agenzie Funebri.

L'Ente ha la natura giuridica di associazione non riconosciuta e non persegue fini di lucro.

Il Fondo, operativo dal 2006, **ha lo scopo di garantire, ai lavoratori iscritti, trattamenti di assistenza sanitaria integrativa al Servizio Sanitario Nazionale.**

Hanno diritto alle prestazioni di assistenza sanitaria garantite da Fondo Est tutti i lavoratori dipendenti a tempo indeterminato e gli apprendisti ai quali si applicano i C.C.N.L. dei settori Terziario, Turismo, delle Aziende farmaceutiche Speciali, delle Aziende Ortofrutticole e Agrumarie (per queste ultime ad esclusione degli apprendisti), degli Impianti Sportivi, delle Autoscuole e a partire dal 1° luglio 2018 delle Agenzie Funebri. Con riferimento al solo C.C.N.L. delle Aziende Ortofrutticole e Agrumarie hanno, inoltre, diritto alle prestazioni di assistenza sanitaria i lavoratori con contratto a tempo determinato di durata superiore a 5 mesi.

In generale, ove il C.C.N.L. lo preveda, è consentita l'iscrizione di lavoratori dipendenti con contratto a tempo determinato di durata superiore a 3 mesi.

<http://www.fondoest.it>

