

CONSUMI FUORI CASA

3° edizione

Industria di marca, dinamiche di mercato e rapporti di filiera

SITUAZIONE E PROSPETTIVE DEI CONSUMI ALIMENTARI FUORI CASA: STATO DI SALUTE DEI PUBBLICI ESERCIZI



FEDERAZIONE
ITALIANA
PUBBLICI
ESERCIZI

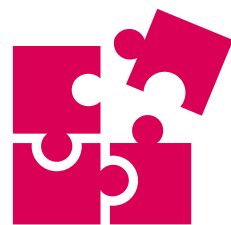


CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Milano, 20 marzo 2025

Luciano Sbraga Vice-direttore generale

Direttore Ufficio Studi FIFE



CHI SIAMO

IL SISTEMA FIPE-CONFCOMMERCIO



COSA FACCIAMO

LE AREE DI INTERVENTO

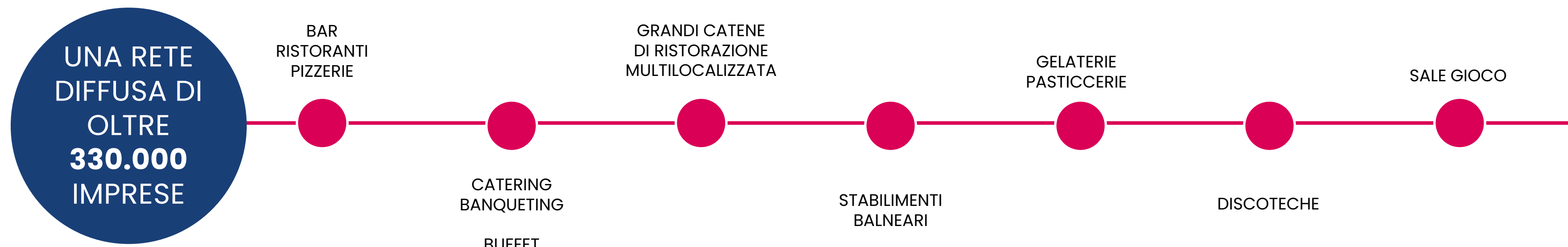


IL FUTURO DELLA RISTORAZIONE:

PREOCCUPAZIONI E OPPORTUNITÀ



L'ASSOCIAZIONE LEADER NEL SETTORE DELLA RISTORAZIONE, DEL TURISMO E DELL'INTRATTENIMENTO





IL SISTEMA FIPE

ORGANIZZAZIONI
TERRITORIALI
PUBBLICI
ESERCIZI

89

ASSOCIAZIONI
TERRITORIALI

20

ASSOCIAZIONI
REGIONALI

1.079

DELEGAZIONI
SUB-PROVINCIALI

ASSOCIAZIONI
DI CATEGORIA

AIGRIM

ANSEB



ASSOCIAZIONE NAZIONALE
RISTORATORI FERROVIARI

SIB SINDACATO
ITALIANO
BALNEARI

EGP

Associazione Italiana Esercenti Giochi Pubblici



GLI
STORICI
Caffè e Ristoranti
Storici d'Italia

ANBC
associazione nazionale
banqueting e catering



SILB FIPE ASSOCIAZIONE ITALIANA IMPRESE
DI ENTERTAINMENTO DA BALLO E DI SPETTACOLO

LE SOSTE

SOCI
AGGREGATI



Gestione
Servizi Integrati

flunch

Bar Atlantic

Pellegrini

GRUPPI

SCUOLE DI
ALTA
FORMAZIONE
DELLA
RISTORAZIONE

COORDINAMENTO
RISTORANTI
ITALIANI
AUTENTICI
ALL'ESTERO

GRUPPO DONNE
IMPRENDITRICI

GRUPPO GIOVANI
IMPRENDITORI

PRINCIPALE
RETE



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

CONF
TURISMO

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

NETWORK
INTERNAZIONALE

Hotrec
Hospitality Europe

A livello internazionale
è parte importante di
HOTREC (Associazione
datoriale Europea dei
Ristoranti, Bar, Caffè e
Alberghi)

ORGANISMI
BILATERALI



FIPE nelle relazioni
con i lavoratori e le
organizzazioni
sindacali è
rappresentata dai
suoi membri nei
Fondi bilaterali
**(Fon.Te, For.Te,
Fondo Est, Fondir,
QuAS)**, nell'**Ente
Bilaterale del
Turismo**,
nel **CONAI**, nel
CONOE,
nel **Fondo Mario
Negri**
e in **ALMA**

LAVORO E WELFARE

CCNL

CONTRATTO COLLETTIVO NAZIONALE DI LAVORO PER I DIPENDENTI DA AZIENDE DEI SETTORI PUBBLICI ESERCIZI, RISTORAZIONE COLLETTIVA E COMMERCIALE E TURISMO

Testo ufficiale
8 febbraio 2018

FIPE ANGEH
 FILCAMS CGIL LEGACOOP PRODUZIONE E SERVIZI
 FISASCAT CISL CONF.COOPERATIVE LAVORO E SERVIZI
 UILTUCS UIL AGCI - SERVIZI

APPROFONDIMENTI



Dumping contrattuale nel settore dei pubblici esercizi
MARZO 2022

NETWORKING

TALENT DAY

FORMAZIONE

MASTER



CERTIFICAZIONE COMPETENZE



SVILUPPO NUOVE FIGURE PROFESSIONALI CORSO ITS FOOD AND BEVERAGE MANAGEMENT



PROGETTI

SPRECO ALIMENTARE



RIMPIATTINO



CELIACHIA



CONVENZIONI



SVILUPPO

MANUALI DI BUSINESS



WEBINAR





EVENTI

GIORNATA DELLA RISTORAZIONE



FIERE DI SETTORE



STUDI E RICERCHE

ANALISI

NOTA INFORMATIVA CENTRO STUDI

Indagine congiunturale sulla ristorazione commerciale
I trimestre 2024

il clima di fiducia in calo

Il clima di fiducia scende nuovamente sotto la soglia 100 dopo oltre un anno. Si attesta a quota 87,6, nel I trimestre 2024. I giudizi sulle prospettive di breve termine sono segnati da incertezza.



RAPPORTO RISTORAZIONE

LEGISLAZIONE E RELAZIONI ISTITUZIONALI

**BUONI PASTO:
CALMIERAMENTO COSTI DELLE
COMMISSIONI (MAX 5%)**

**REVISIONE PREZZI
NEL
CODICE DEGLI APPALTI**

**PAGAMENTI ELETTRONICI:
RIDUZIONE DELLE COMMISSIONI
SUI MICRO-PAGAMENTI**

**INVESTIRE SUI DEHORS:
RIORDINO DELLA NORMATIVA
IN MATERIA DI CONCESSIONE
DI SPAZI PUBBLICI**

**CALMIERAMENTO
ROYALTIES SULLE
CONCESSIONI
AUTOSTRADALI E
AEROPORTUALI**

**TASSAZIONE AGEVOLATA SULLE
MANCE
(IRPEF AL 5%)**



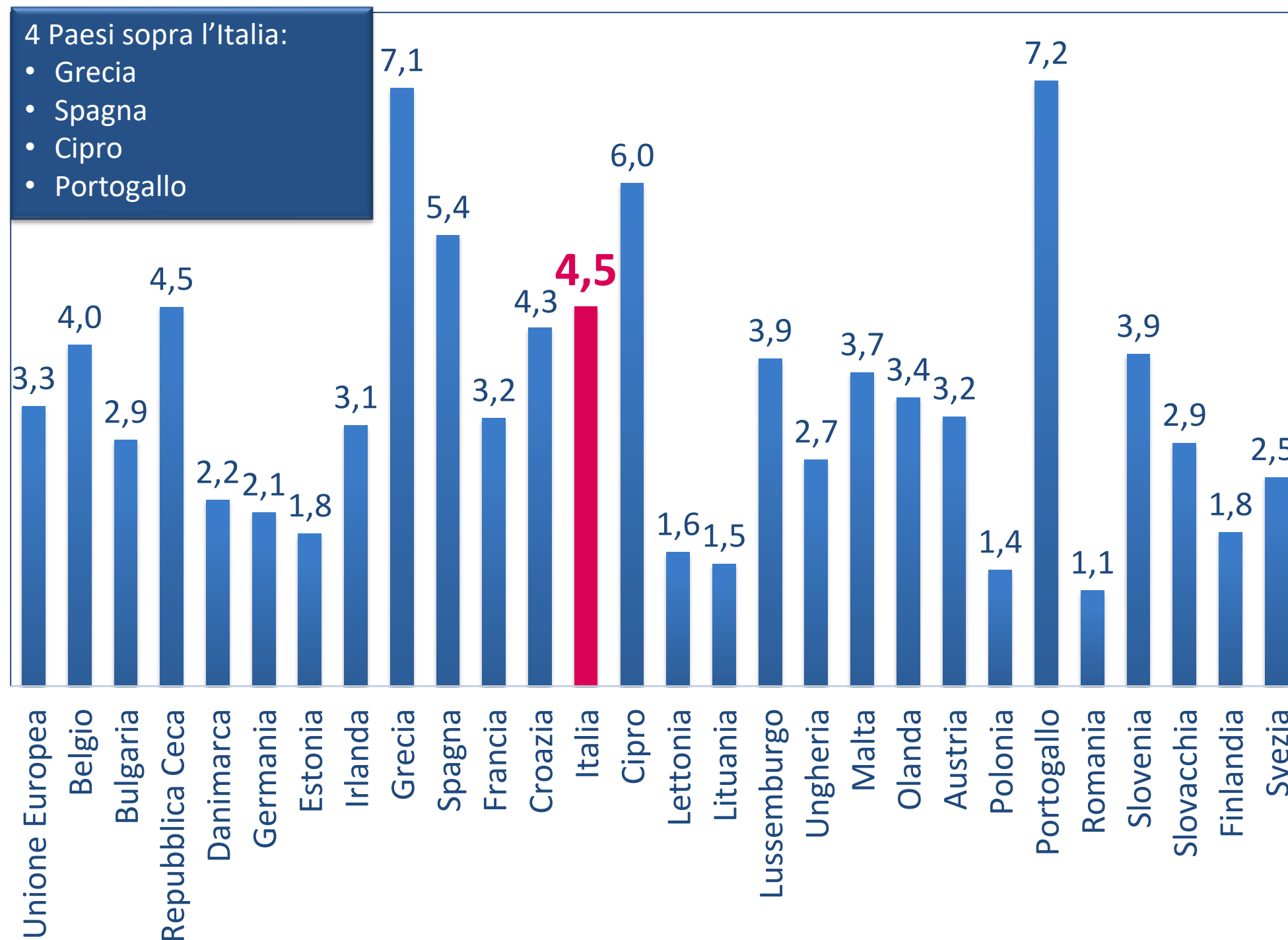


PROSPETTIVE PIL REALE, COMMERCIO E MERCATO DEL LAVORO NELL'EUROZONA, 2024-2027 (var. % annua, revisioni espresse in punti percentuali)

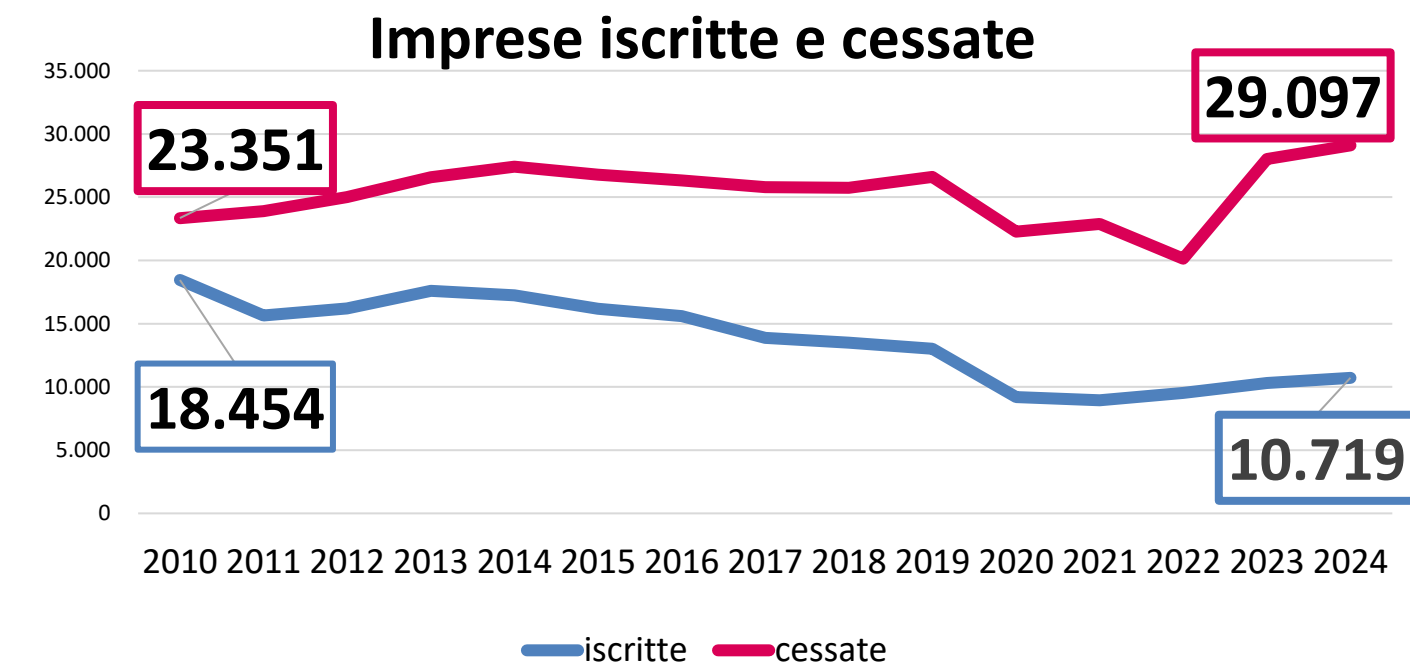
| | Marzo 2025 | | | | Revisione rispetto a dicembre 2024 | | | |
|---------------------------------|------------|------|------|------|------------------------------------|------|------|------|
| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| Prodotto interno lordo reale | 0,8 | 0,9 | 1,2 | 1,3 | 0,1 | -0,2 | -0,2 | 0 |
| Spesa famiglie | 1 | 1,4 | 1,2 | 1,2 | 0,1 | 0,1 | -0,1 | 0 |
| Spesa Pubbliche Amministrazioni | 2,5 | 1,2 | 1,1 | 1 | 0,2 | 0 | -0,1 | 0 |
| Investimenti | -1,8 | 1,2 | 1,7 | 1,4 | -0,1 | 0 | -0,5 | -0,2 |
| Esportazioni | 0,9 | 0,8 | 2,3 | 2,7 | -0,1 | -0,8 | -0,7 | -0,3 |
| Importazioni | 0,1 | 1,9 | 2,6 | 2,8 | 0 | -0,4 | -0,5 | -0,1 |

Un tessuto ampio, capillare, ma anche molto denso

imprese *1000 abitanti

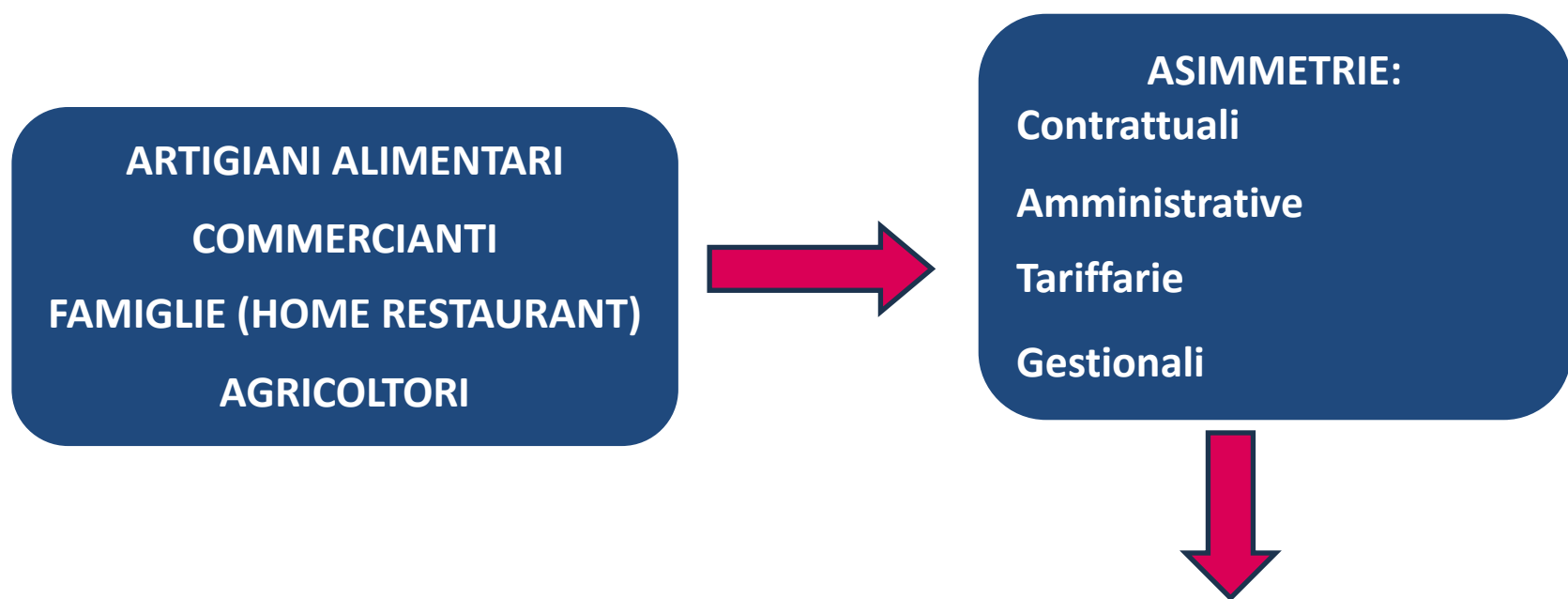


| Anno di nascita | Anno di sopravvivenza | | | | | | |
|-----------------|-----------------------|------|------|------|------|------|------|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| 2017 | 80% | 70% | 63% | 58% | 52% | 48% | 43% |
| 2018 | | 81% | 72% | 66% | 59% | 54% | 49% |
| 2019 | | | 84% | 75% | 66% | 59% | 53% |
| 2020 | | | | 88% | 77% | 69% | 61% |
| 2021 | | | | | 83% | 73% | 65% |
| 2022 | | | | | | 83% | 73% |
| 2023 | | | | | | | 83% |





TUTTI VOGLIONO FARE RISTORAZIONE



Minano il principio «stesso mercato, stesse regole»

Codice della Strada

Da quando è entrato in vigore il nuovo Codice della Strada ha modificato le sue abitudini riguardo all'assunzione di bevande alcoliche?

Preferisco **bere molto meno rispetto a prima** se devo mettermi alla guida

Adesso è meglio non bere affatto se devo mettermi alla guida

33,5%

HANNO MODIFICATO le proprie **abitudini di consumo**

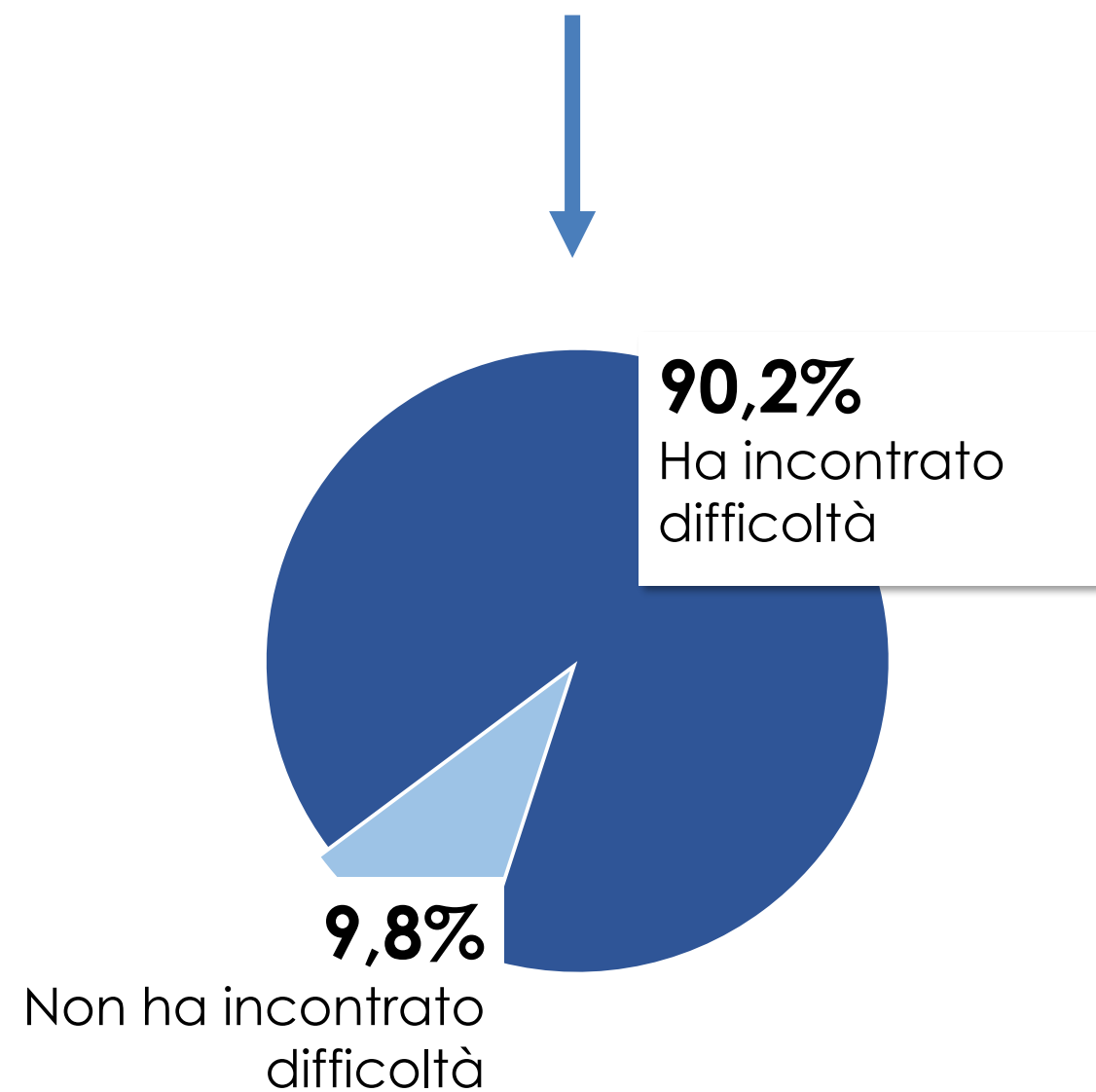
Le attività di ristorazione nei centri storici, Var. % 2012/2023

| | |
|---------------------------|--------------|
| Ristorazione con servizio | +28,4 |
| Ristorazione take away | +23,8 |
| Gelaterie e pasticcerie | +12,0 |
| Bar | -17,2 |

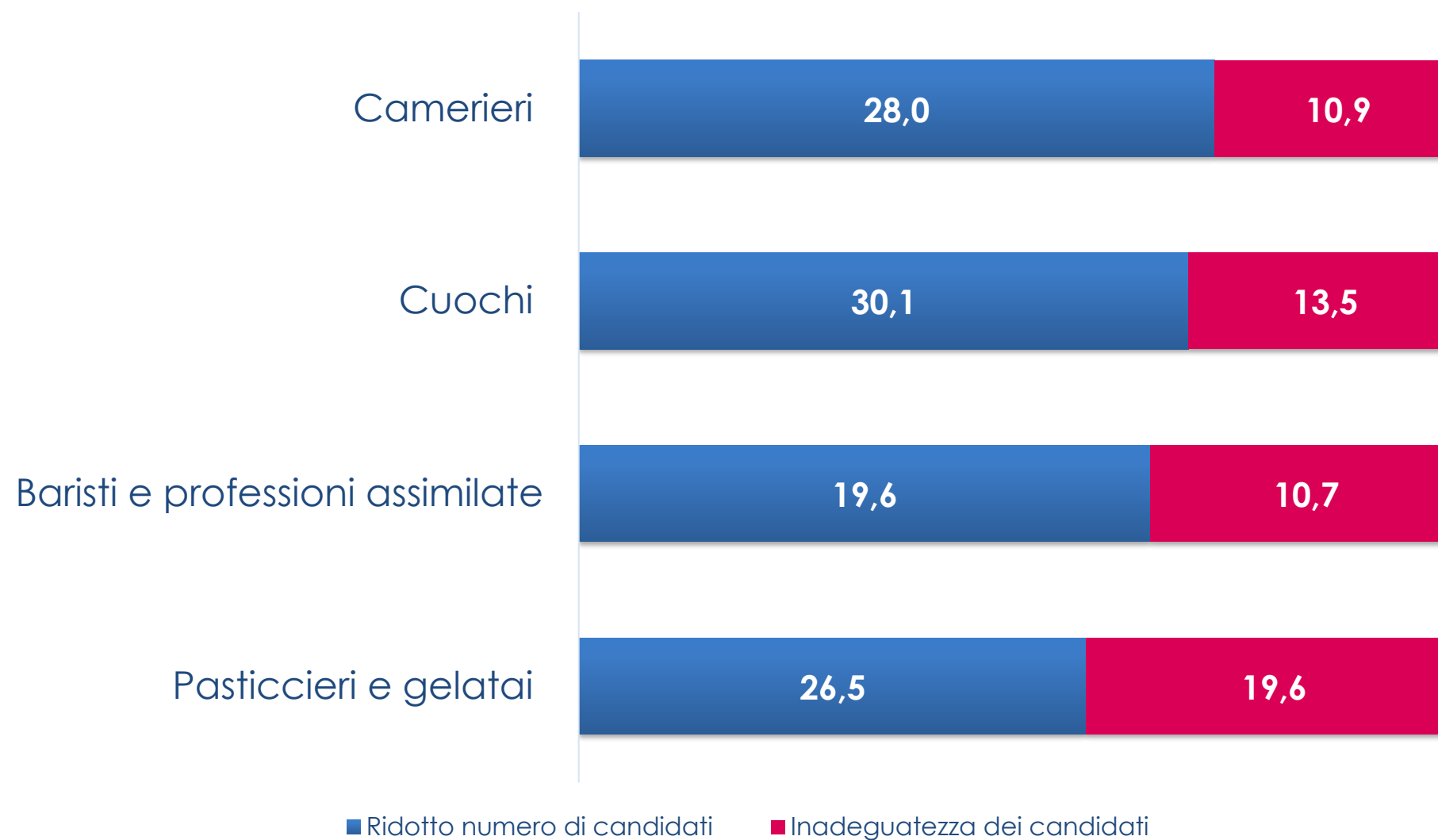
Fonte: elaborazione CS Fipe su dati Istituto Tagliacarne



Nell'ultimo anno il **35,6%** delle imprese ha ricercato nuovo personale



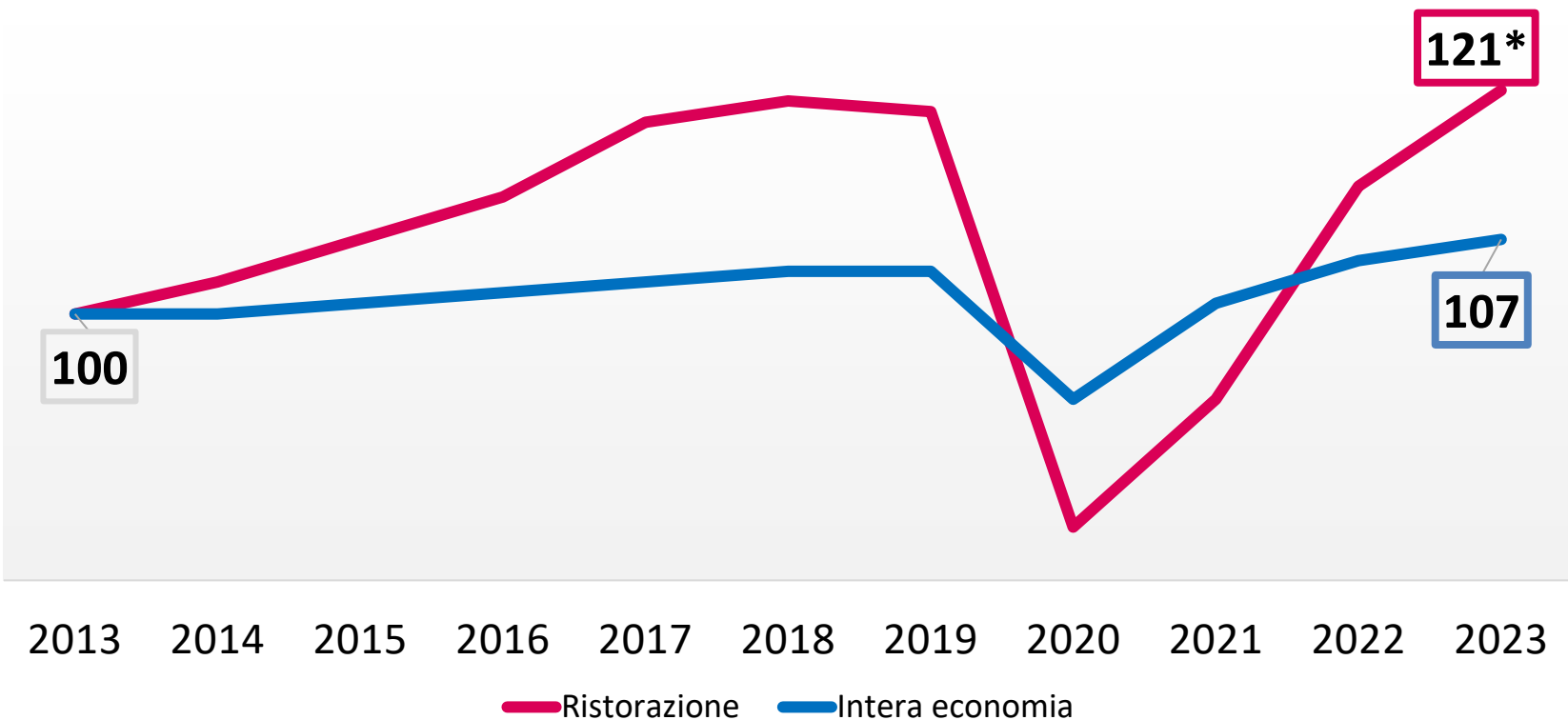
Difficoltà di reperimento





Il nodo della produttività

Unità di lavoro - N.I. 2013=100

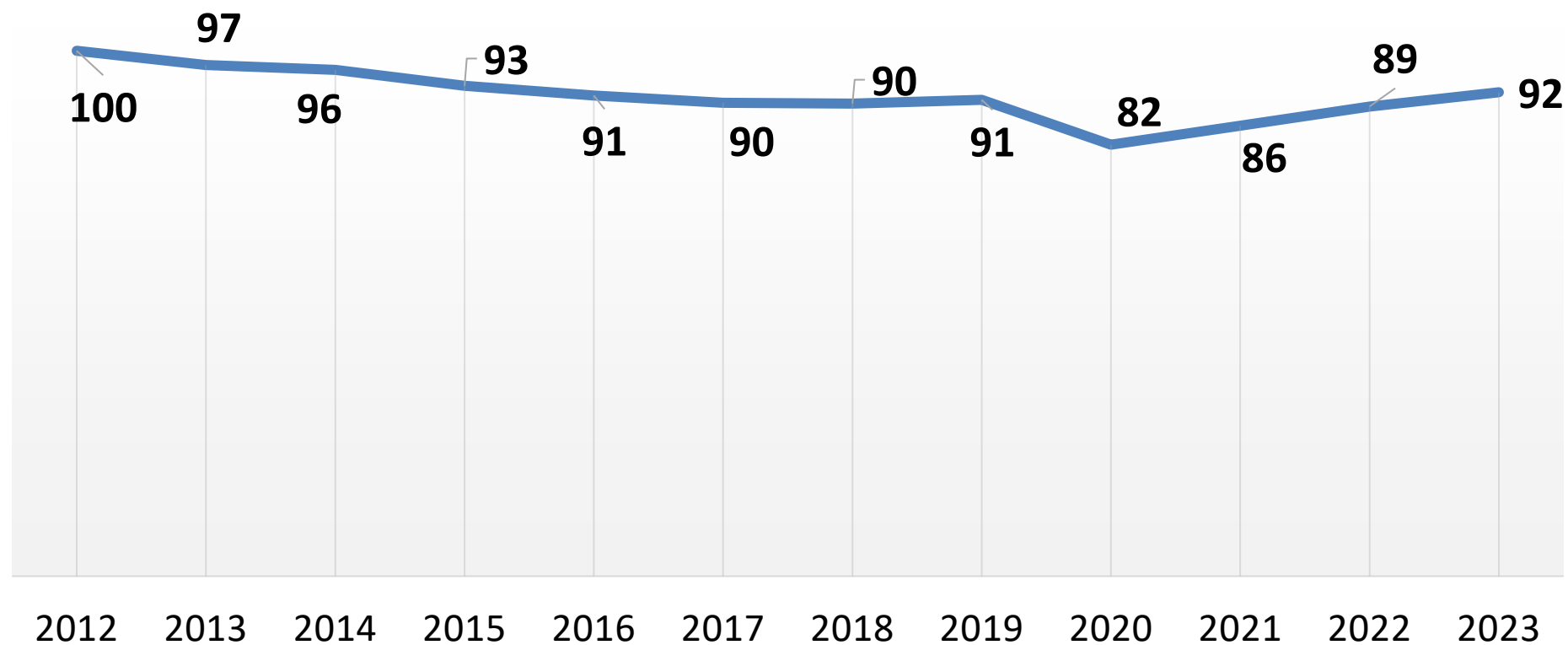


(*stima Fipe)

Fatto 100 il valore aggiunto per unità di lavoro riferito all'intera economia, la ristorazione si è attestata nel 2023 a 59, ovvero il 41% al di sotto del valore medio.

La dinamica del valore aggiunto per unità di lavoro rileva un trend decrescente con piccoli movimenti verso il basso e verso l'alto. Nel 2023 il dato è sotto di 8 punti percentuali rispetto al 2012.

Dinamica della produttività nella ristorazione - N.I. 2012=100



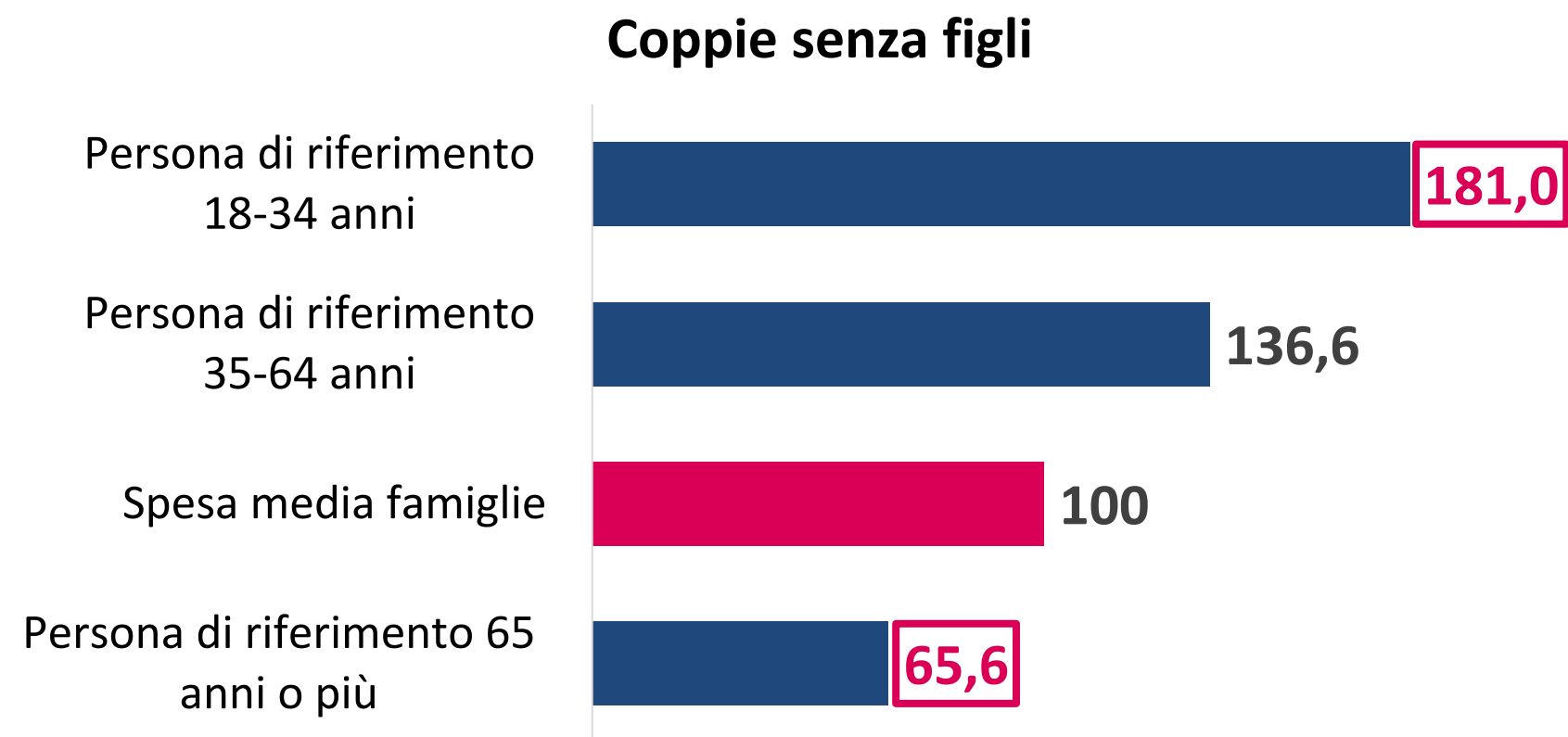


| Incidenza sulla popolazione (%) | 2025 | 2050 |
|---------------------------------|--------------|--------------|
| 0-14 anni | 12,2 | 11,2 |
| 15-64 anni | 63,5 | 54,3 |
| Over 65 | 24,3 | 34,5 |
| Totale | 100,0 | 100,0 |



Si restringe la componente giovanile della popolazione, che è anche quella con una più alta propensione al consumo fuori casa

Spesa media mensile familiare* in servizi di alloggio e ristorazione, 2023 (N.I = 100)

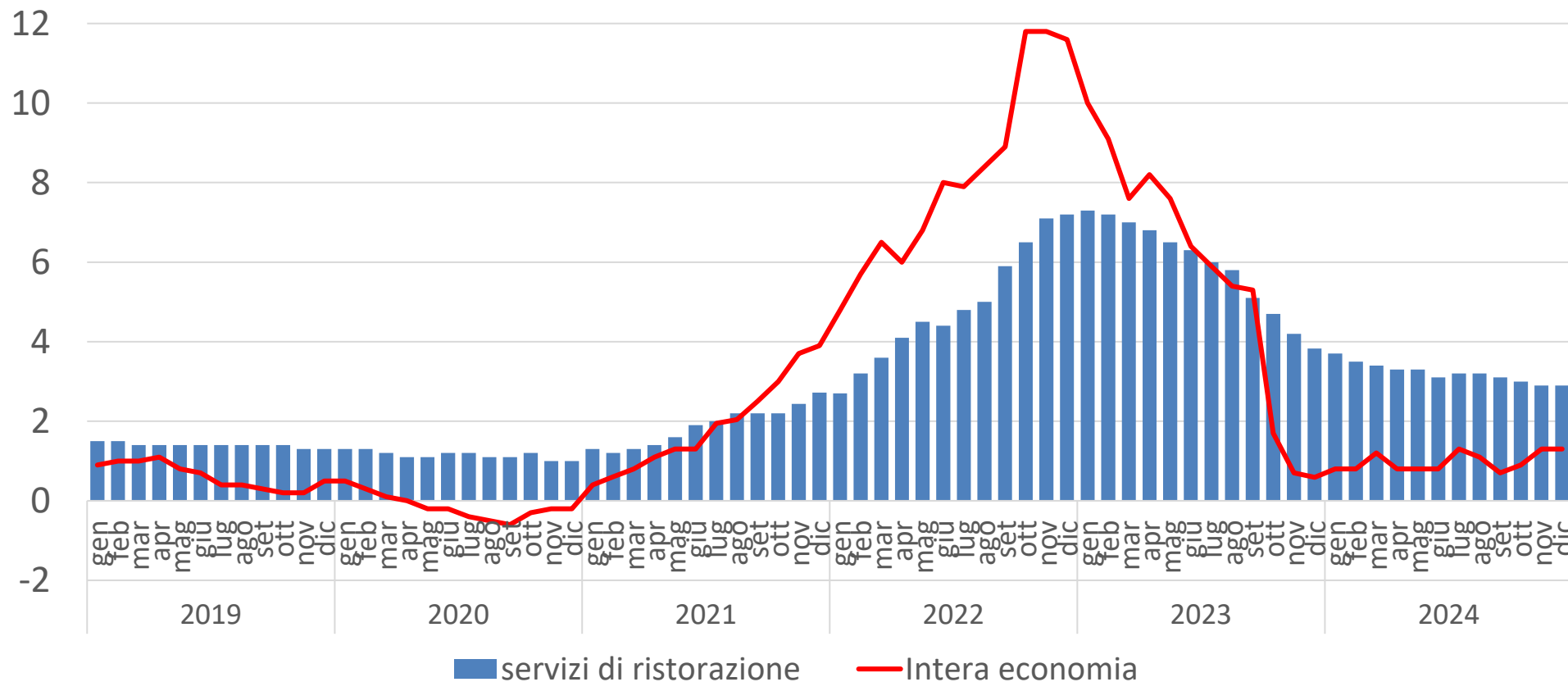


DINAMICA DEI PREZZI AL CONSUMO

Anno 2024/Anno 2021

Indice generale +15,4%
Ristorazione +14,6%

Servizi di ristorazione
 (var% sullo stesso mese dell'anno precedente)

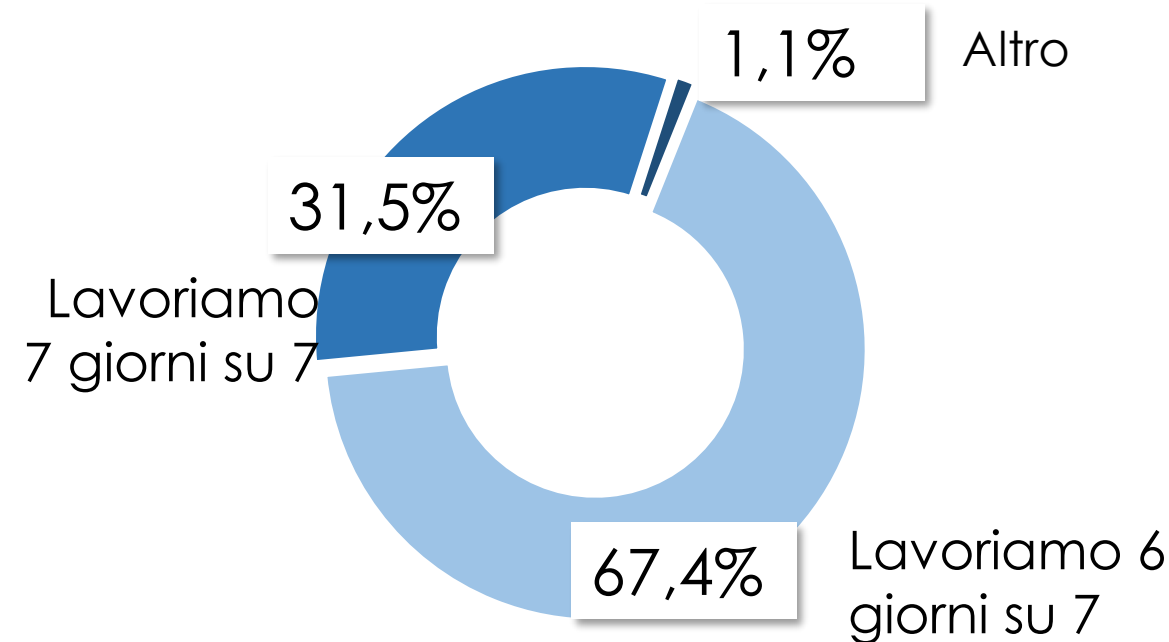


Fonte: elaborazione CS Fipe su dati ISTAT

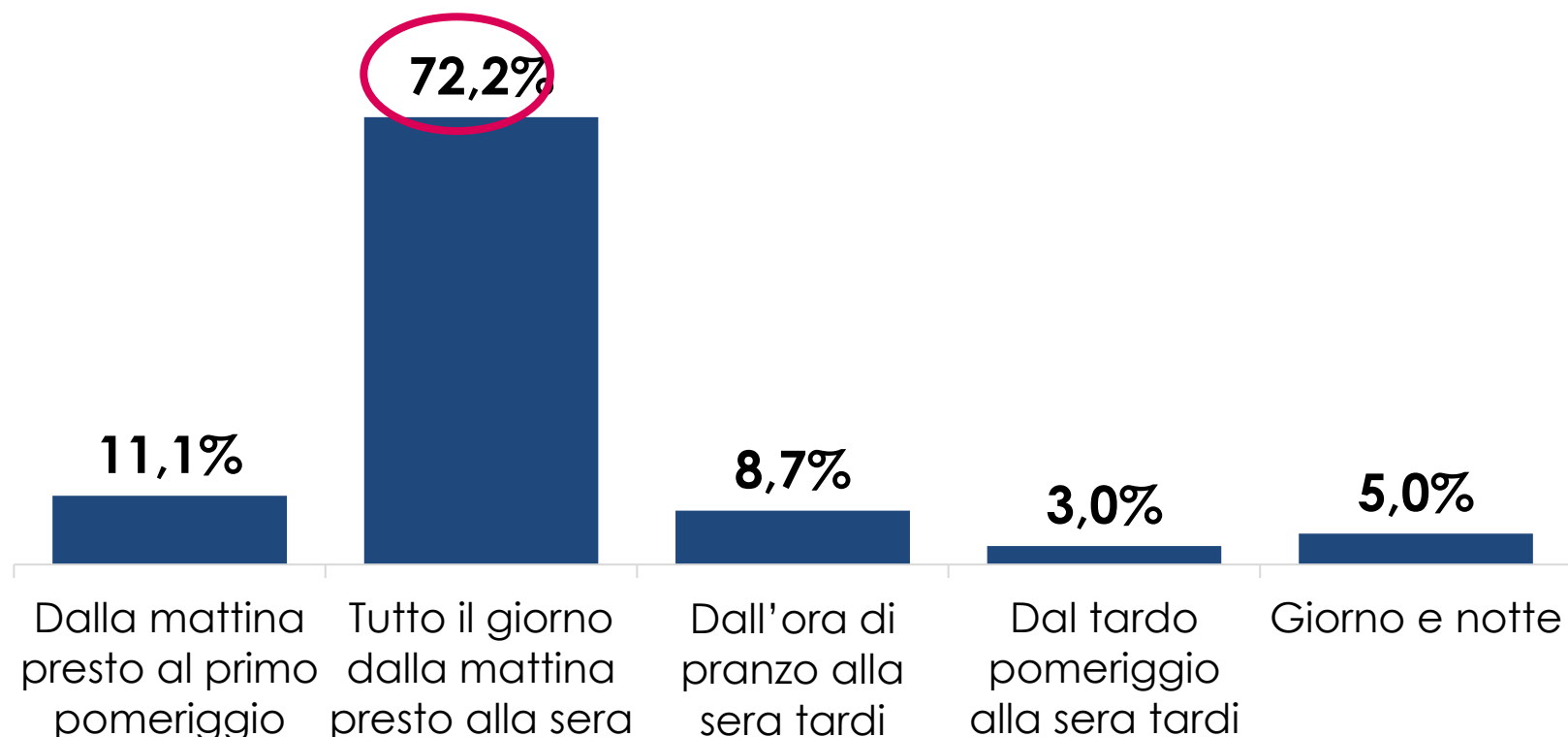
NEGLI ULTIMI TRE ANNI – SEGNATI DAL BOOM DEI PREZZI A SEGUITO DELLA CRISI ENERGETICA – LA CRESCITA DEI PREZZI NELLA RISTORAZIONE È STATA AL DI SOTTO DELL'INDICE GENERALE. QUESTO A FRONTE DI ATTIVITÀ APERTE NEL 90% DEI CASI 6 O 7 GIORNI A SETTIMANA E CHE NELLA MAGGIORANZA DEI CASI SONO GARANTISCONO IL SERVIZIO DA MATTINA A SERA.

IL MODELLO DI SERVIZIO DEL BAR

Giorni di apertura



Orario di apertura



Fonte: indagine FIPE-Format Research 2023

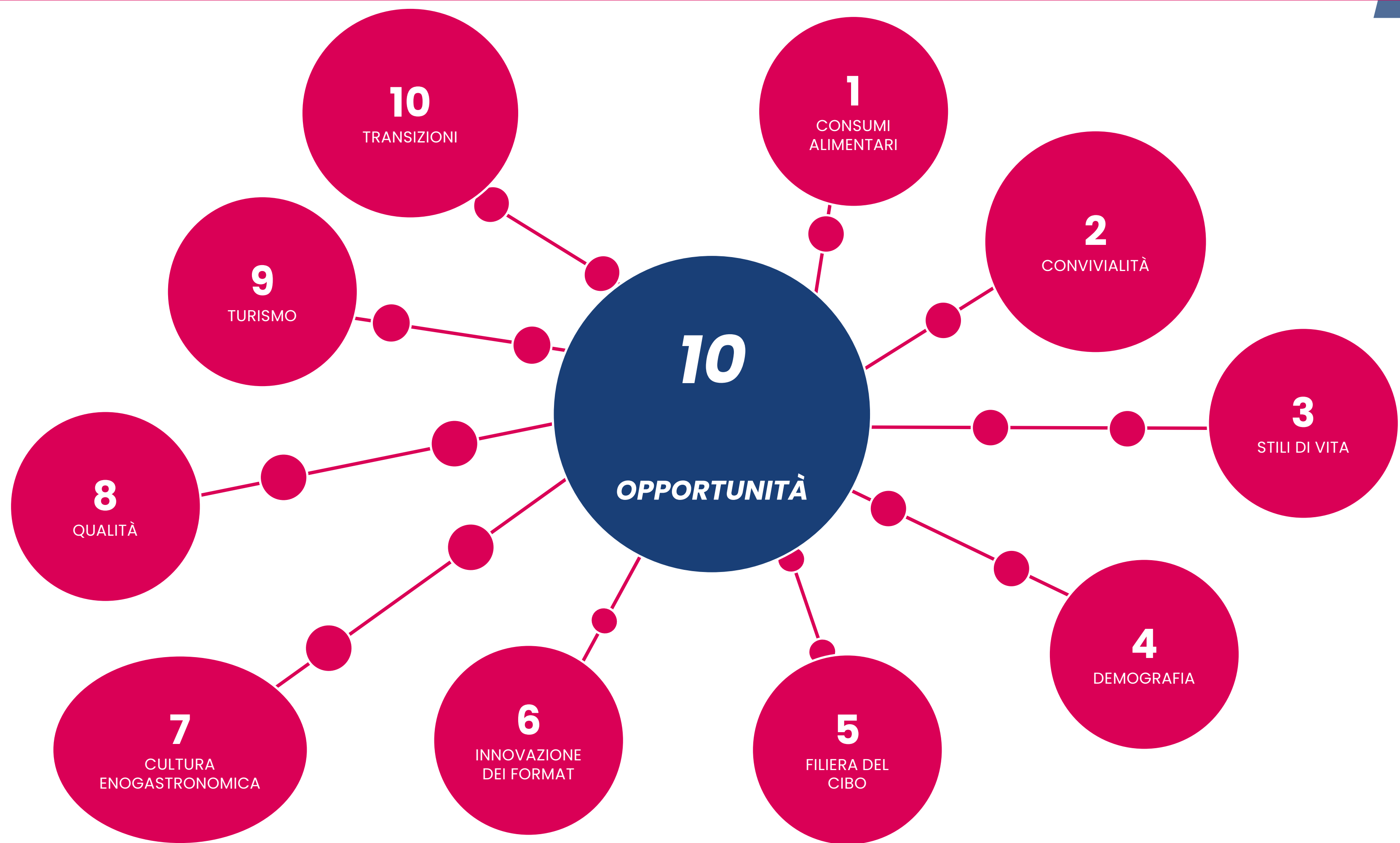


La ristorazione al tempo dell'ICT

| % Imprese (anno 2023) | Servizi di ristorazione | Totale imprese |
|---|-------------------------|----------------|
| Sito Web/home page | 66,98 | 74,22 |
| Sistemi per ordinazioni o prenotazioni on-line | 24,55 | 16,25 |
| Sistemi ERP per condividere informazioni tra le aree funzionali | 9,48 | 42,25 |
| Software di finanza e contabilità | 17,43 | 34,75 |
| Software Customer Relationship Management | 1,92 | 7,84 |
| Software gestionale (ERP, CRM, BI) | 16,95 | 48,67 |
| Utilizzo di almeno un social media | 87,65 | 57,31 |

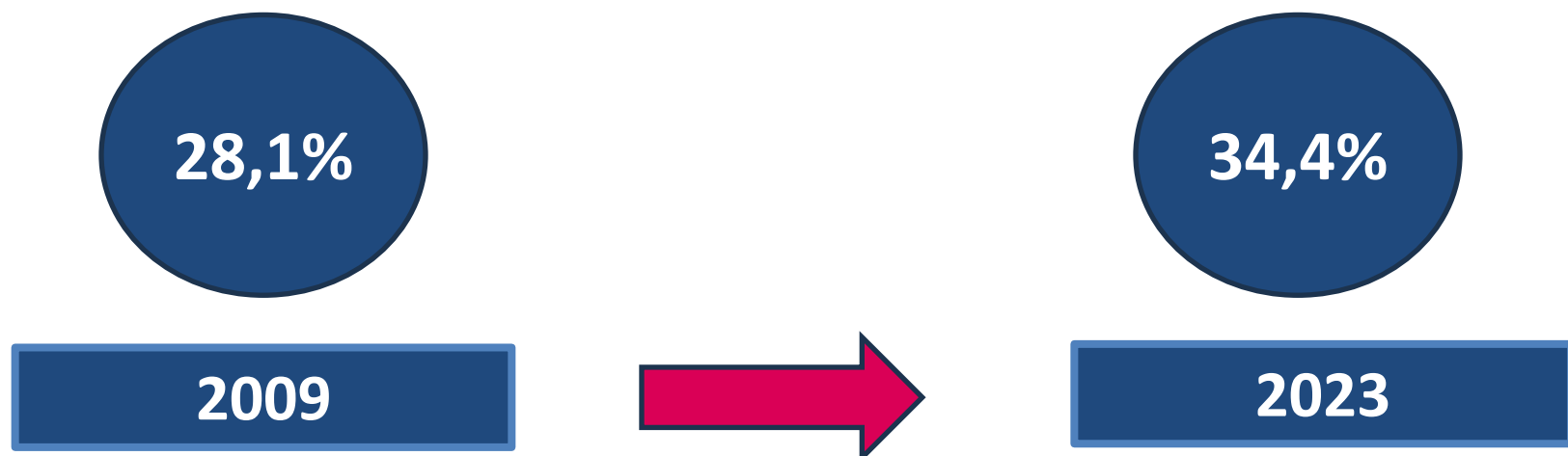
*Imprese con più di 10 addetti

Fonte: elaborazione CS Fipe su dati ISTAT





Famiglie di una sola persona 2009-2023 (val. %)



La crescita delle famiglie mononucleari può tradursi in un aumento della domanda di consumo fuori casa sia diretta sia indiretta (ad esempio attraverso il food delivery)

Spesa media mensile pro-capite in servizi di alloggio e ristorazione – 2023 (val. in euro e var. %)

| classe di età della persona di riferimento | Persona sola | Coppia senza figli | var. % |
|--|--------------|--------------------|--------|
| 18-34 anni | 175 | 141 | +24,3 |
| 35-64 anni | 141 | 106 | +33,1 |
| 65 anni o più | 48 | 51 | -5,2 |



Il ruolo chiave nella filiera del cibo

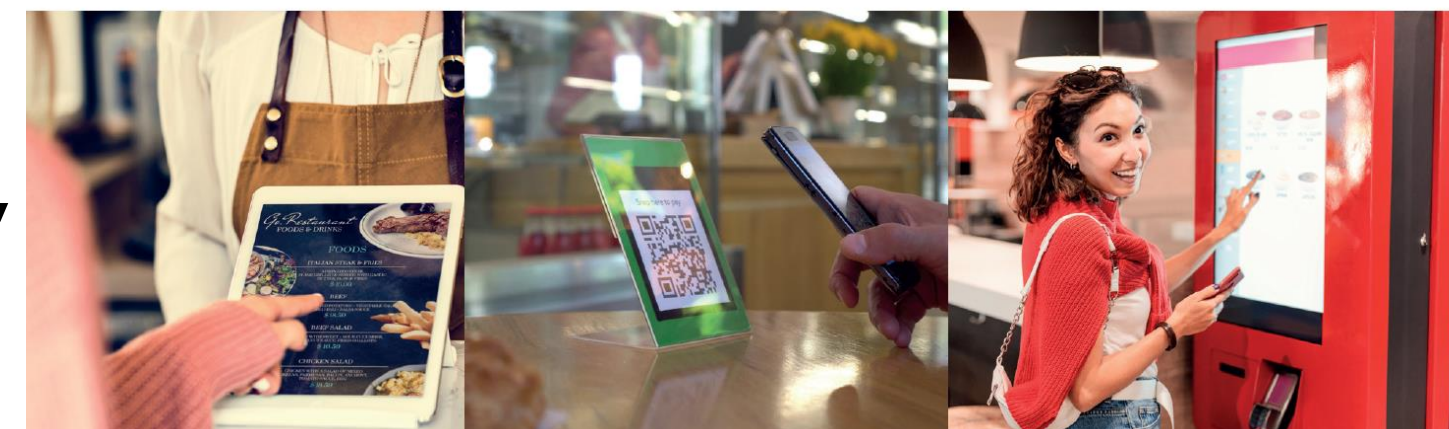
Valore aggiunto in miliardi di euro correnti – anno 2023





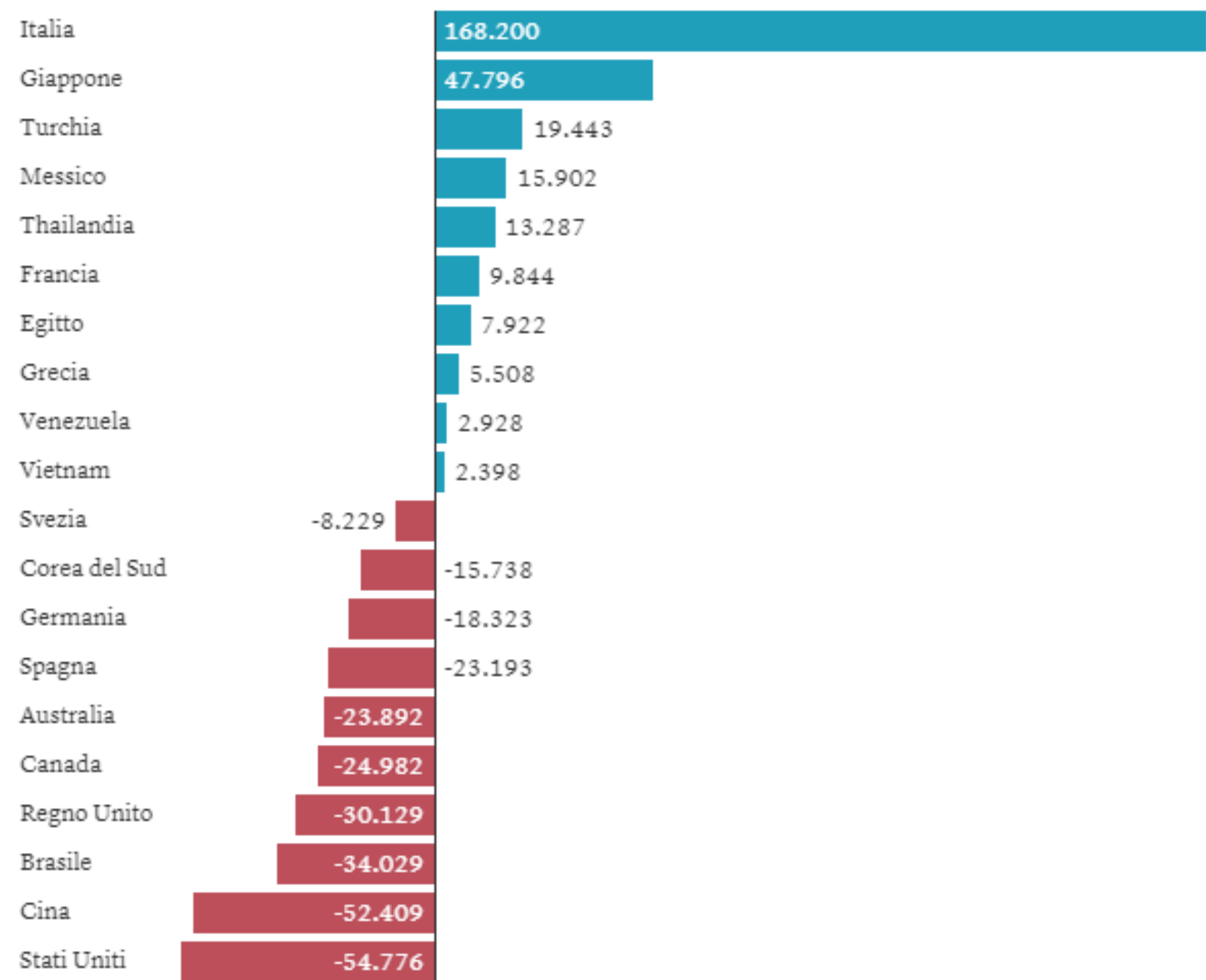
La diversificazione dei format

- Sostenibilità e responsabilità sociale
- Lunga vita al mono-prodotto
- Il brand purpose – il ristorante 'etico'
- Format multifunzionali
- Il simple gourmet e la rinascita del panino
- La Servolution continua
- I locali co-working



LA BILANCIA "CULINARIA"

Il consumo interno di cucina straniera viene considerato "import", mentre il consumo all'estero di cucina nazionale viene indicato come "export".



miliardi di dollari, anno 2017

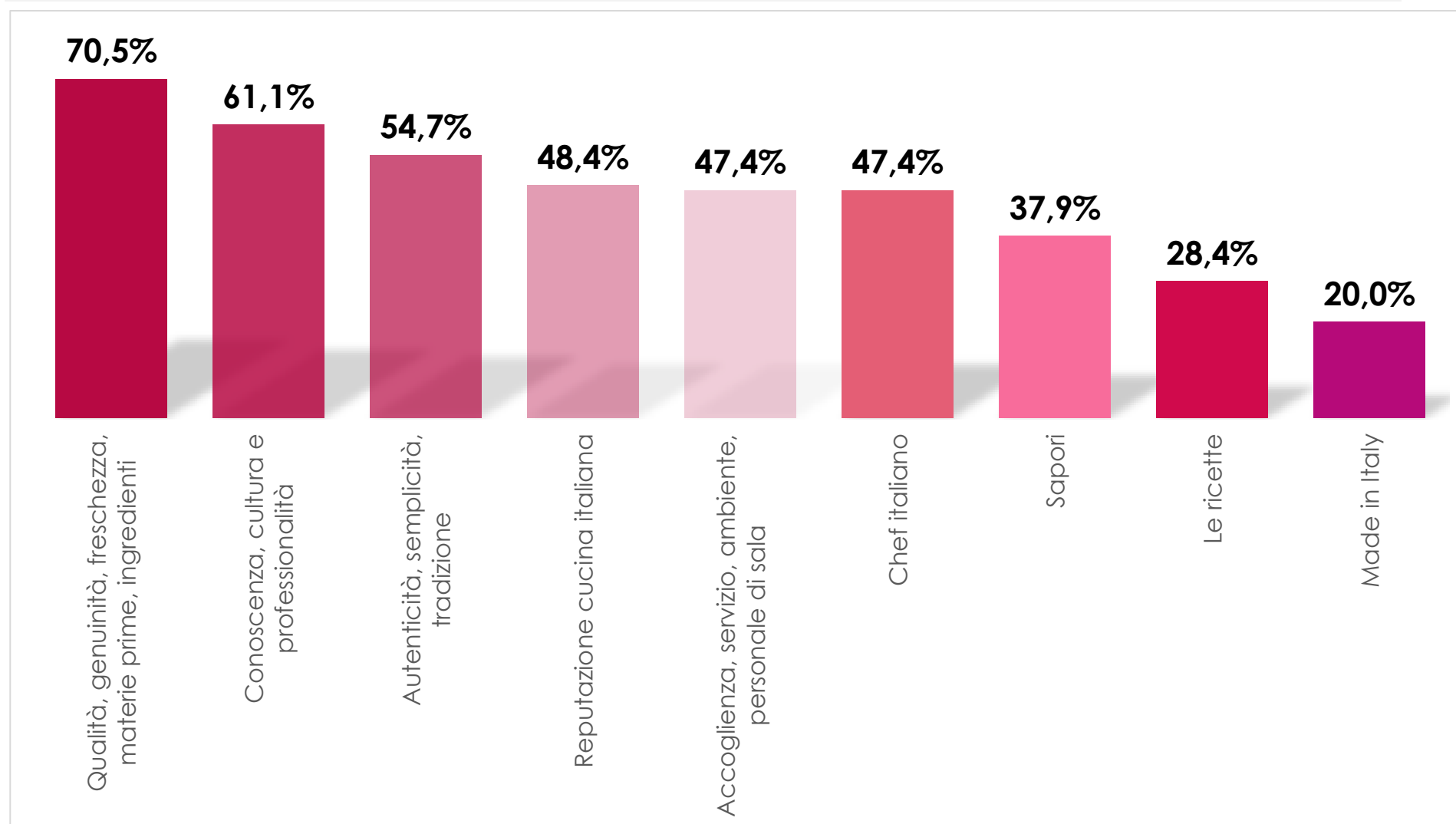
Fonte: Dining out as a cultural trade – Università del Minnesota

IL VALORE DELLA CUCINA ITALIANA NEL MONDO

I punti di forza

Esportazioni
nette

Importazioni
nette



(*) scarsa cultura della enogastronomia italiana dei clienti

Fonte: indagine C.S. Fipe sui ristoranti italiani all'estero, ottobre 2021



VALORE ECONOMICO

23 mld. di euro
seconda voce di spesa turistica

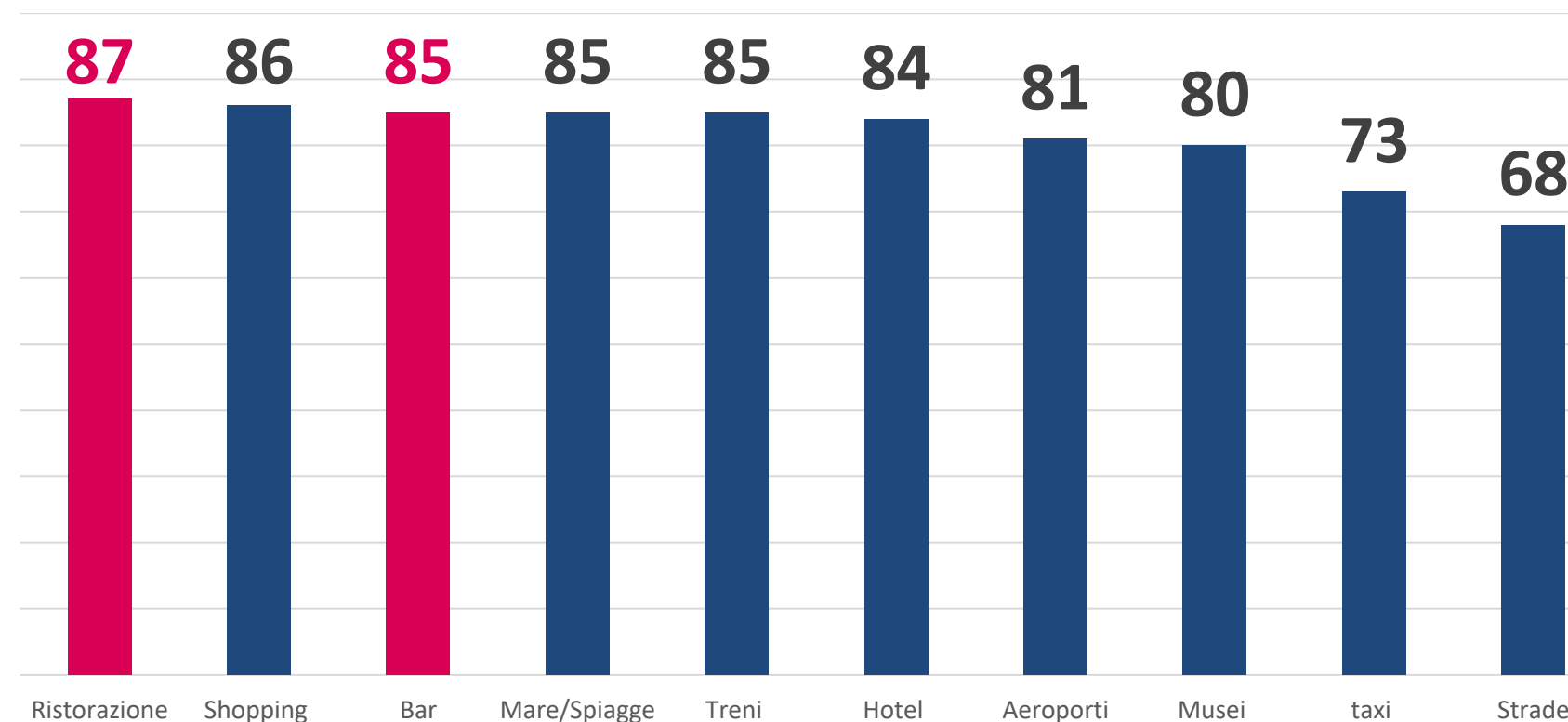


Turisti stranieri

11,3
miliardi di euro
(+16,7% dal 2019)

VALORE IMMATERIALE

COSA I TURISTI STRANIERI APPREZZANO DELL'ITALIA



VALORE IMMATERIALE



Porta di accesso a cultura, tradizioni e stile di vita italiano,
occasione di incontro e valorizzazione di territori e prodotti



Motore del turismo enogastronomico,
filiera per cui il cibo è la motivazione primaria del viaggio



Hanno introdotto misure rispettose dell'ambiente (%)



96%







Hanno introdotto misure per l'efficiamento energetico (%)






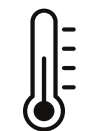
91,7%



Principali misure (%)

| | | |
|---|--|-------------|
|  | Smaltimento e riciclo rifiuti | 77,2 |
|  | Ingredienti locali e stagionali | 60,7 |
|  | Attenzione ad origine e qualità dei prodotti | 47,2 |
|  | Contrasto allo spreco alimentare | 42,3 |

Principali misure (%)

| | | |
|---|---|-------------|
|  | Utilizzo di lampadine al led | 81,7 |
|  | Sensibilizzazione del personale | 46,9 |
|  | Apparecchiature ad alta efficienza energetica | 41,1 |
|  | Regolazione della temperatura delle apparecchiature | 31,2 |



Hanno introdotto strumenti digitali in azienda (%)



87%



Principali strumenti digitali adottati (%)

| | | |
|---|---------------------------------|-------------|
|  | Rete wifi aperta | 66,0 |
|  | Registratore cassa evoluto | 48,9 |
|  | Pos di ultima generazione | 33,1 |
|  | Personal computer | 23,4 |
|  | Software gestionali | 22,3 |
|  | Sito web | 19,6 |
|  | Sistemi prenotazione dei tavoli | 19,6 |



GRAZIE PER L'ATTENZIONE
luciano.sbraga@fipe.it