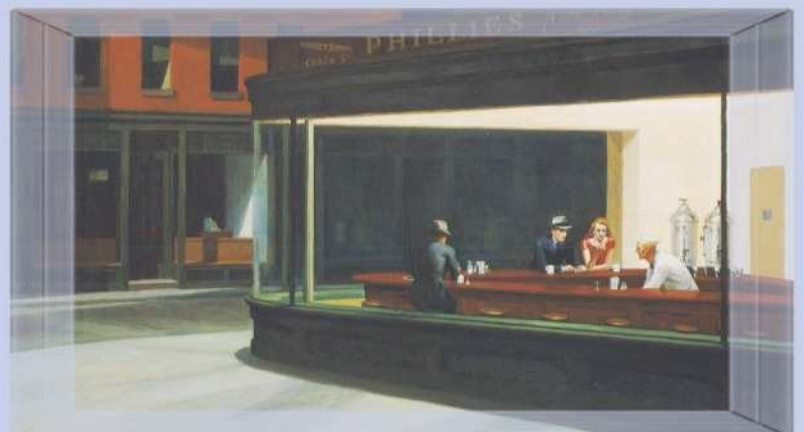




Le abitudini di consumo nei pubblici esercizi



La crisi economica cambia le abitudini di consumo nei Pubblici Esercizi

*Il 15% di italiani ha ridotto i consumi al bar e il 26% ha risparmiato sui consumi della ristorazione. Resiste il rito della colazione al bar e della Pizza.
8,7 milioni di italiani scelgono la pausa pranzo nei pubblici esercizi, con un volume d'affari annuo di circa 18,5 miliardi di euro.*

Ormai da molti mesi gli italiani sono alle prese con la crisi e si moltiplicano le indagini e gli osservatori che attestano un crollo generalizzato dei consumi, in un contesto che registra un preoccupante aumento della sfiducia circa una ripresa dell'economia del Paese e delle finanze personali.

La necessità di risparmio e il bisogno di sicurezza economica spingono i consumatori al cambiamento, all'insegna di una nuova sobrietà e frugalità, che si manifesta nel tipo di alimenti acquistati, nei luoghi in cui si fa la spesa o si consuma, nell'attenzione alla provenienza dei cibi e nella lettura delle etichette.

Alcune di queste nuove abitudini resteranno legate alla crisi e scompariranno con essa, altri tipi di consumi stanno trovando invece una loro solidificazione nel tempo, e sopravviveranno alla crisi. Quindi, da un punto di vista sociologico, in futuro avremo un consumatore più selettivo, più esigente, più nomade negli acquisti e più difficile da soddisfare. In sostanza si è accorto che pur riducendo i consumi in alcuni settori la sua qualità della vita non ha subito peggioramenti significativi. La sfida dei diversi settori produttivi e della rete commerciale ora è quella di interpretare i nuovi comportamenti che stanno cambiando profondamente le abitudini degli italiani.

Un trend sostanzialmente simile emerge anche dall'indagine realizzata dal Centro Studi Turistici di Firenze, per conto di Fiepet-Confesercenti, sui comportamenti di consumo degli italiani presso i Pubblici Esercizi, che ha coinvolto un campione di 1.008 unità rappresentative della popolazione italiana.

Tra crisi economica, stagnazione della domanda e aumento della competitività, i Pubblici Esercizi italiani stanno attraversando un periodo di forte sofferenza.

I consumi al Bar

Nell'ultimo mese il 50% del campione ha dichiarato una frequentazione più o meno assidua, contro il 19,5% che lo considera un consumo superfluo. L'area geografica dove si registra una maggior propensione al consumo è quella del Centro Italia (57,3%), a differenza del Sud e delle Isole dove la frequenza è stata segnalata solo dal 42,5% del campione.

Rispetto allo scorso anno il 15,8% del campione ha segnalato una riduzione sia nella frequenza sia nei consumi, in particolare nel Centro Italia (18,3%) e nel Nord Ovest (16,9%). Chi dimostra una maggior propensione al risparmio sono le fasce di età comprese tra i 26 e i 45 anni e in generale gli italiani con una fascia di reddito medio-bassa.

Le modalità di consumo appaiono abbastanza diversificate: prevale il rito della colazione (50%) e meno abituale è risultato il consumo di aperitivi (16,6%) e del dopo cena (9,5%).

I consumi nel settore della ristorazione

Coloro che nell'ultimo mese hanno dichiarato abitualmente un pranzo fuori casa raggiungono il 23,7% del campione, contro il 50,6% di consumi occasionali e il 25,7% che non ha utilizzato i servizi della ristorazione. Tra questi ultimi si segnala soprattutto il pubblico femminile (30,3%) e il campione di italiani residenti nelle aree del Sud e delle Isole (37,7%).

Rispetto ad un anno fa cala sensibilmente la propensione al consumo nella ristorazione extra-domestica: ben il 26,7% dei rispondenti ha dichiarato una riduzione della spesa. In questo caso si amplia la fascia di età di coloro che risparmiano o che si sottraggono a questa forma di consumo (26-55 anni), con una maggior incidenza nelle aree del Centro Italia (29,4%), del Sud e delle Isole (28,3%), ma soprattutto si estende anche alle fasce di reddito medio-alto.

La pausa pranzo

Il 17,5% del campione, pari a circa 8,7 milioni di italiani, consuma abitualmente un pranzo nella pausa lavoro e spende in media 8 euro, per una spesa complessiva annua di circa 18,5 miliardi di euro. È soprattutto un pubblico maschile (24%), inquadrato prevalentemente nelle fasce di reddito medio-alte, e la maggiore incidenza si registra nelle fasce di età comprese tra i 26 e i 45 anni, che solitamente sceglie il Bar/Snack Bar e con minor frequenza il ristorante.

Infine, dall'analisi emerge dunque una propensione al risparmio per i consumi alimentari fuori casa ed una ricerca di un'offerta economicamente conveniente. La contrazione sarà probabilmente più attenuata laddove si saprà presentare la qualità dei prodotti, proposte tematiche e un'offerta di intrattenimento, fortemente auspicata dai consumatori di tutte le fasce di età ma soprattutto dai giovani.

Sembra ridimensionato l'interesse verso la ristorazione etnica (8,7% del campione), circoscritto essenzialmente alla cucina cinese, giapponese, indiana e messicana.

Da una valutazione complessiva dei risultati dell'indagine è probabile che in futuro aumenterà la frammentazione dell'offerta: da un lato la ristorazione di eccellenza e dall'altro un ampio mercato basato sulle formule low cost con una standardizzazione dei menù.

Probabilmente anche i Bar perderanno alcuni aspetti della tradizione, aggiungendo una serie di servizi aggiuntivi a quelli della somministrazione di alimenti e bevande.

I RISULTATI INDAGINE

I consumi al Bar, Snack Bar, Pasticceria e Gelateria

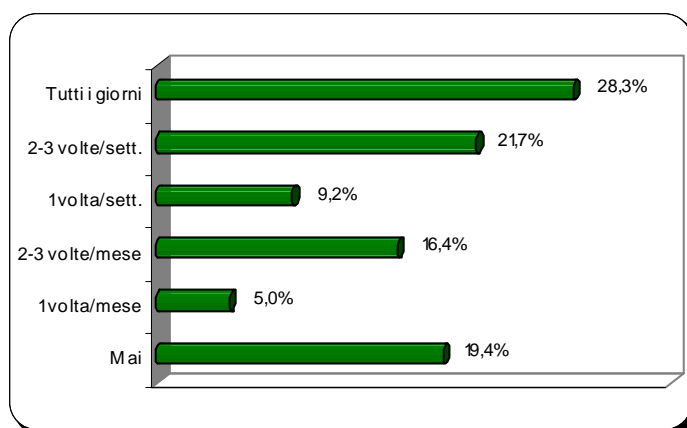
La prima domanda del questionario chiedeva di indicare le abitudini di frequentazione di questa tipologia di pubblici esercizi nell'ultimo mese. Complessivamente circa l'80% degli intervistati ha dichiarato almeno una consumazione, anche se con cadenze fortemente diversificate. Infatti, il 28,3% del campione ha indicato una frequenza giornaliera e il 21,7% una periodicità di circa 2-3 volte la settimana.

Se consideriamo questi risultati rappresentativi della popolazione italiana con più di 18 anni, possiamo affermare che circa la metà degli italiani propende più o meno abitualmente per forme di consumo presso i bar, snack bar, pasticcerie o gelaterie, mentre circa un italiano su quattro esprime modalità di consumo occasionali.

Sempre con riferimento ai comportamenti di frequenza nell'ultimo mese, i consumatori più assidui sono il pubblico di sesso maschile: tra questi infatti il 36% ha dichiarato di essere entrato in un bar tutti i giorni e il 25,6% almeno 2-3 volte a settimana. Tra il pubblico femminile, invece, ben il 25,9% ha affermato di non essere mai entrata in un bar.

Nella stratificazione per fasce di età emerge che circa il 99% degli intervistati con meno di 25 anni ha effettuato almeno una consumazione nell'ultimo mese, mentre tale percentuale scende leggermente (intorno al 90%) per chi ha un'età compresa tra i 26 e i 55 anni. Invece, circa i due terzi dei rispondenti con più di 65 anni hanno scelto intenzionalmente di rinunciare a qualsiasi forma di consumo presso i pubblici esercizi.

La frequenza di consumo nell'ultimo mese nei bar, snack bar, pasticceria, gelateria, ecc.



Scomponendo le risposte del campione per area geografica, la frequentazione dei bar e di esercizi similari è risultata più elevata nelle regioni del Centro Italia (abituale per il 57,3% degli intervistati) e in quelle del Nord, a differenza delle regioni del Sud

Italia e delle Isole dove le risposte indicano una frequenza meno ricorrente. Però, nonostante la propensione al consumo sia risultata meno elevata nelle regioni meridionali, in Campania e nel Lazio si registra la quota più alta di frequentatori abituali, seguite dalla Lombardia, dalle Marche e dalla Liguria. Invece, in Puglia, Calabria, Abruzzo e Umbria cresce sensibilmente la quota di consumatori occasionali.

La frequenza di consumo nell'ultimo mese nei bar, snack bar, pasticceria, gelateria per area geografica. Val. %

Area geografica	Tutti i giorni	2-3 volte a settimana	1 volta a settimana	2-3 volte al mese	1 volta al mese	Mai	Totale
Nord Ovest	34,1	18,4	8,6	19,5	6,0	13,5	100,0
Nord Est	22,0	30,9	12,6	16,2	7,9	10,5	100,0
Centro	34,5	22,8	9,1	16,8	3,6	13,2	100,0
Sud e Isole	23,8	18,7	7,9	13,9	3,4	32,3	100,0
Totale	28,3	21,7	9,2	16,4	5,0	19,4	100,0

Pur con le difficoltà derivanti dalla difficile situazione economica, circa otto intervistati su dieci non hanno modificato nell'ultimo anno le abitudini di consumo presso i bar, snack bar, pasticcerie e gelaterie, mentre il 4,5% del campione ha dichiarato un incremento.

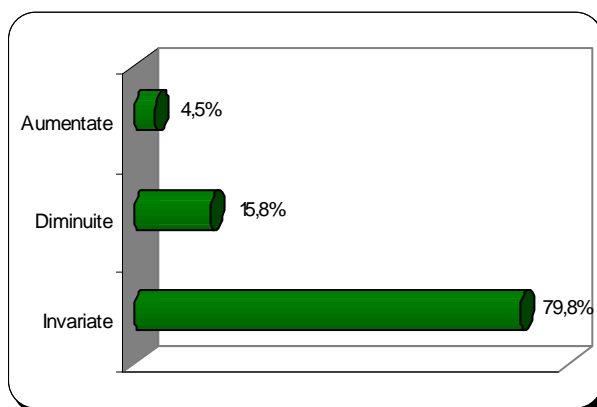
Il 15,8% invece ha dichiarato di aver modificato le consuetudini e di aver ridotto i consumi, soprattutto tra coloro che avevano dichiarato forme di consumo meno assidue.

Secondo i risultati dell'indagine, la tendenza a non modificare le abitudini di consumo cresce proporzionalmente all'età dell'intervistato. L'apice si raggiunge tra gli over 65, i quali nel 96,3% dei casi hanno dichiarato di non aver modificato i propri comportamenti. I giovani invece hanno evidenziato una maggior propensione al cambiamento, anche se con orientamenti diversi. Infatti, tra i giovanissimi prevalgono coloro che hanno incrementato i consumi, mentre per le classi leggermente superiori il trend negativo è risultato più accentuato.

Il pubblico esercizio inteso come luogo di ritrovo e di socializzazione per i primi, consapevolezza delle problematiche legate alla quadratura del bilancio familiare per gli altri hanno avuto probabilmente un ruolo importante nel generare le opposte tendenze. Inoltre, l'esigenza di risparmiare e pertanto di contenere i consumi è stata particolarmente pressante anche per la parte del campione incluso nelle fasce di reddito medio-basse.

L'indagine non ha evidenziato significative differenze nelle tendenze di consumo a seconda dell'area geografica di residenza dell'intervistato. L'unico dato da sottolineare riguarda una maggiore propensione al contenimento della spesa nei bar nelle prime tre regioni rappresentate nel campione che sono Lombardia, Campania e Lazio.

La frequenza dei consumi rispetto allo scorso anno



In base ai risultati che emergono dall'indagine, il rito della colazione al bar non sembra aver subito particolari restrizioni: lo conferma la metà degli intervistati. Meno frequenti appaiono, invece, le abitudini di consumo negli altri momenti della giornata. La pausa pranzo è stata dichiarata dal 19,1% del campione, le consumazioni nella pausa pomeridiana dal 25,2% e la consuetudine dell'aperitivo dal 16,6% (il 45% tra i giovanissimi), mentre le consumazioni del dopo cena sono state indicate solo dal 9,5% degli intervistati.

Le scelte di consumo nei diversi momenti della giornata. Val. %

Momento	Sempre	Spesso	Raramente	Mai	Totale
Colazione la mattina	32,0	18,0	19,0	31,0	100,0
Pausa pranzo	8,6	10,5	12,4	68,5	100,0
Metà pomeriggio	7,5	17,7	18,2	56,5	100,0
Aperitivo	4,2	12,4	22,3	61,1	100,0
Dopo cena	1,0	8,5	16,3	74,3	100,0

In generale il bar viene considerato semplicemente un luogo strumentale ai bisogni degli italiani, cioè il posto dove consumare: lo afferma il 58,9% del campione.

Ovviamente la stratificazione per età fa emergere considerazioni differenti. Infatti, per la fascia dei giovani fino a 25 anni il bar rappresenta solitamente il luogo di riferimento per il "gruppo dei pari". Questo riferimento tende a decrescere gradualmente con l'innalzamento della fascia di età, fino a riproporsi nuovamente per il pubblico degli over 65 che spesso lo vivono come il luogo di incontro e di sviluppo dei rapporti personali.

Quindi, la concezione del bar nell'immaginario collettivo cambia a seconda dell'età. Se i più giovani sembrano apprezzare soprattutto la dimensione sociale dell'esercizio, le classi più adulte danno più peso alla componente funzionale del locale e pertanto sono anche più attente alla consumazione e ai prodotti offerti.

Le considerazioni più diffuse dei bar, snack bar, pasticceria, gelateria per età dell'intervistato. Val. %

Classe di età	Un luogo di incontro	Un luogo dove rilassarsi	Solo un luogo dove consumare	Totale
18-25 anni	47,9	12,7	39,4	100,0
26-35 anni	31,4	14,2	54,4	100,0
36-45 anni	25,4	15,0	59,6	100,0
46-55 anni	19,2	18,2	62,6	100,0
56-65 anni	15,3	17,6	67,1	100,0
oltre 65 anni	25,0	4,5	70,5	100,0
Totale	26,0	15,1	58,9	100,0

Data per acquisita, e per alcuni versi confermata, la concezione del bar tra i frequentatori, la scelta dell'esercizio appare condizionata soprattutto da motivi di ordine pratico o da semplice "comodità". Molti infatti privilegiano i locali vicini al luogo di lavoro, di studio o di particolare interesse (38,8%); altri invece frequentano abitualmente gli esercizi vicino alla propria abitazione (22,5%) o comunque scelgono un locale ubicato lungo il tragitto degli spostamenti quotidiani.

Talvolta sono stati registrati altri motivi meno razionali che spingono il pubblico a preferire un determinato esercizio (15,4%), mentre per una parte considerevole del campione la preferenza di un locale al posto di un altro non è dettata da nessuna esigenza particolare (14,8%).

La localizzazione dell'esercizio e le abitudini di frequenza

Ubicazione dell'esercizio	Val. %
Vicino di casa	22,5
Vicino al lavoro/luogo di studio/luogo prevalente di interesse	38,8
Lungo il tragitto degli spostamenti quotidiani	8,5
Ci vado di proposito	15,4
Dove capita	14,8
Totale	100,0

La scelta del locale avviene, dunque, con un certo automatismo, privilegiando la comodità e l'ottimizzazione negli spostamenti.

Considerando che l'offerta è abbastanza ampia e diversificata e che il consumatore si trova di fronte a molte possibilità di scelta, spesso le scelte possono essere condizionate da altri fattori.

I principali sono la qualità dei prodotti offerti (segnalata dal 61,8% del campione), oltre che l'igiene e la cura del locale (60,6%). Si tratta di due aspetti dell'offerta particolarmente richiesti soprattutto da coloro che considerano il bar come un semplice luogo di consumazione, ma che ricevono un apprezzamento generale anche tra le altre fasce di pubblico.

Il terzo elemento che spinge un cliente a preferire un locale piuttosto che un altro, e che spesso ne determina la sua fidelizzazione, riguarda la cortesia e la professionalità del personale (37,4%); tale aspetto risulta particolarmente gradito a chi utilizza il bar per trascorrere un momento di relax.

Gli altri elementi di offerta proposti al campione hanno raccolto un numero modesto di segnalazioni. In particolare, le scelte orientate dal target di clientela che

frequenta il locale si sono attestate al 16,7%, apprezzata soprattutto dalle fasce di età più giovani. La diversificazione dell'offerta realizzata mediante la vendita di tabacchi, giornali, lotterie, ecc. dal 13,2% del campione. Infine, la disponibilità di un'area parcheggio potrebbe condizionare nella scelta solo il 10,6% degli intervistati.

I fattori che condizionano le scelte di frequentazione di una pubblico esercizio (risposte multiple)

Aspetti	Val. %
La varietà dell'offerta (tabacchi, giornali, lotterie, ...)	13,2
Qualità dei prodotti offerti	61,8
L'igiene e cura dei locali	60,6
La tipologia di clientela che lo frequenta	16,7
Facile da raggiungere e con parcheggio	10,6
Cortesìa del personale	37,4

Oltre all'offerta tradizionale che un bar deve sempre e comunque garantire, vi sono poi una serie di servizi e dotazioni aggiuntive e talvolta innovative, che possono contribuire ad arricchire le proposte dei locali e soprattutto consentono di ampliare e diversificare la clientela.

Nonostante le cinque alternative proposte al campione, molti intervistati (20,3%) non hanno saputo esprimere un giudizio, manifestando un certo disinteresse per questo tipo di offerta.

Per chi invece ha segnalato almeno uno di questi servizi o proposte aggiuntive, le indicazioni più frequenti sono state per le degustazioni e/o aperitivi a tema, particolarmente gradite alle fasce di età intermedie comprese tra i 26 ed i 55 anni, e sulla musica in grado sia di creare atmosfera all'interno del locale sia di rappresentare un elemento di coinvolgimento diretto. La musica è stata indicata soprattutto dalle fasce di età più giovani comprese fino ai 45 anni.

Gli altri servizi aggiuntivi, dai videogiochi alla TV satellitare o all'Internet Point, non hanno suscitato particolare interesse.

Servizi e dotazioni aggiuntive preferite in un bar, snack bar, pasticceria, gelateria - (risposte multiple)

Servizi e dotazioni	Val. %
Lo svago (poker online, slot machines, carte tradizionali, ...)	8,3
TV satellitare per le partite, film, eventi particolari, ...	8,0
Internet point	4,4
Le proposte di degustazioni e/o aperitivi a tema	36,1
La musica (diffusa, dal vivo, karaoke)	34,6
Altro*	13,1
Non sa/non risponde	20,3

* Qualità, presentazione e varietà dei prodotti, possibilità di leggere i giornali

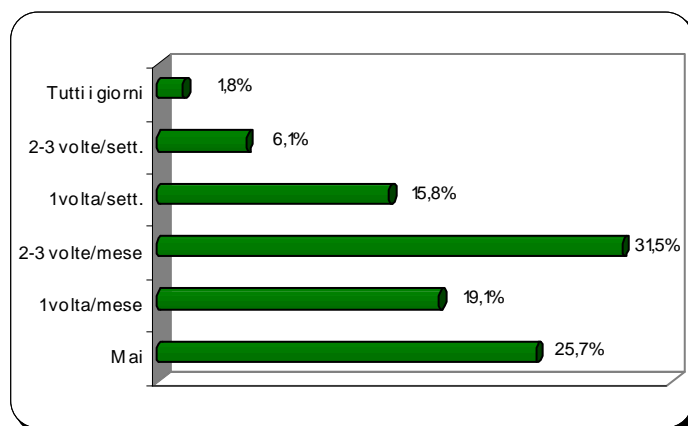
I consumi al Ristorante, Trattoria, Pizzeria, ecc.

La seconda sezione dell'indagine è centrata sull'individuazione delle dinamiche e delle abitudini di consumo del campione negli esercizi della ristorazione extra-domestica.

Per quanto riguarda la frequentazione nell'ultimo mese di ristoranti, pizzerie, trattorie, e altri esercizi affini, il 23,7% del campione ha dichiarato abitualmente un pranzo fuori casa (solitamente una volta a settimana), contro il 50,6% di consumi occasionali e il 25,7% che non ha fatto ricorso ai servizi della ristorazione.

Secondo i risultati dell'indagine, il frequentatore più assiduo ha un'età media più bassa, è di sesso maschile e residente prevalentemente nelle aree del Nord Italia (Lombardia e Veneto), ma anche in alcune regioni del Centro e del Sud (Lazio e Campania).

La frequentazione nell'ultimo mese di ristoranti, pizzerie, trattorie, ecc.



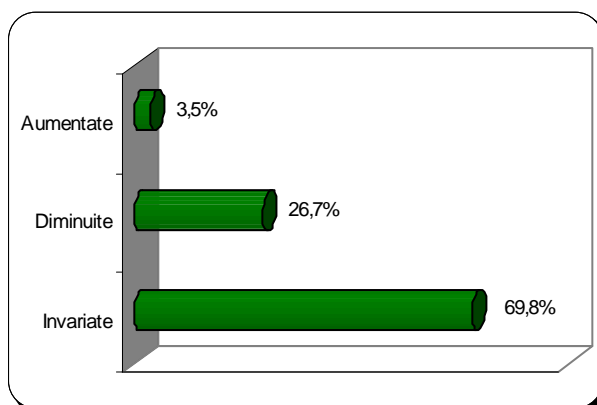
Il settore della ristorazione tradizionale ha risentito maggiormente della crisi dei consumi in atto. Infatti, sebbene per sette rispondenti su dieci non sono stati registrati cambiamenti nella propensione di consumo fuori dalle mura di casa, il 26,7% ha dichiarato una riduzione della spesa, contro un solo 3,5% che invece ha incrementato i consumi.

Anche per gli esercizi della ristorazione la diminuzione dei consumi è stata segnalata maggiormente dai clienti occasionali, mentre la frequentazione è aumentata soprattutto tra il pubblico abituale.

La fascia di età che ha modificato le proprie abitudini, riducendo la spesa, è molto ampia e va dai giovanissimi fino agli over 46; le fasce più elevate hanno mantenuto più o meno inalterate le loro abitudini di consumo, ma ricordiamo che tra questi l'incidenza delle abitudini di frequenza è tra le più basse.

Le aree più sensibili al contenimento della spesa sono state il Centro Italia, il Sud e le Isole, con una maggiore incidenza per la Campania e il Lazio. A differenza di quanto registrato per i bar, la crisi dei consumi nella ristorazione tradizionale ha interessato anche una parte delle fasce di reddito medio-alto.

La frequenza dei consumi rispetto allo scorso anno



Ritornando alle abitudini di coloro che nell'ultimo mese hanno usufruito almeno una volta dei servizi della ristorazione tradizionale, l'indagine evidenzia un chiaro orientamento degli italiani nelle preferenze di esercizi.

Al primo posto, indicato da quasi sette intervistati su dieci, si collocano le pizzerie e al secondo posto, segnalato da sei rispondenti su dieci, troviamo il ristorante specializzato nella cucina italiana. In generale, la preferenza per questi due tipi di locali è stata espressa trasversalmente da tutto il campione a prescindere da età, sesso o area geografica di residenza. Tuttavia, dall'indagine emerge che le fasce di età più giovani hanno privilegiato la pizzeria, mentre chi ha più di 56 anni ha scelto più volentieri il ristorante con cucina italiana.

Anche per la terza tipologia di locale preferito prevale l'orientamento per la cucina tipica italiana. Nella maggior parte dei casi, infatti, le trattorie e le osterie (indicate dal 14,3% del campione) sono espressione della cucina e delle tradizioni enogastronomiche locali. Tali esercizi sono risultati particolarmente graditi alle fasce di età più adulte.

La scelta dei ristoranti etnici è stata indicata dall'8,7% dei rispondenti, concentrati quasi esclusivamente nelle fasce di età comprese tra i 18 ed i 55 anni. I locali preferiti sono quelli specializzati in cucina cinese (46,2%), giapponese (41,5%) e indiana (35,4%); seguono poi i ristoranti messicani (18,5%), greci e spagnoli (6,2%), ma sono stati citati anche quelli africani, eritrei, cingalesi, thailandesi e arabi.

Enoteche, wine bar, self-service e fast food hanno raccolto poche segnalazioni.

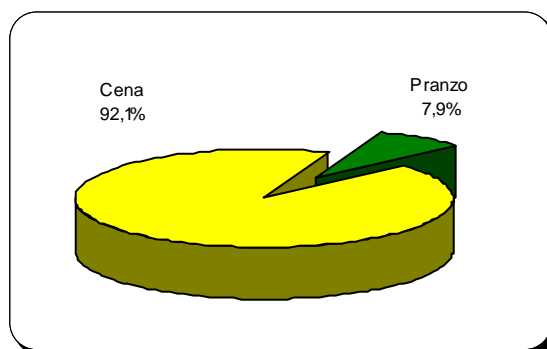
Il tipo di locale preferito per età – (risposte multiple) - Val. %

Tipo di locale	18-25 anni	26-35 anni	36-45 anni	46-55 anni	56-65 anni	oltre 65 anni	Totale
Pizzeria	71,0	69,6	76,4	69,2	50,0	68,2	69,4
Ristorante italiano	45,2	54,4	55,9	67,6	67,5	70,5	59,7
Ristorante etnico	8,1	10,8	11,4	8,1	3,8	0,0	8,7
Enoteca/wine bar	0,0	3,8	0,9	2,2	0,0	0,0	1,6
Trattoria/osteria	9,7	13,3	12,7	14,6	17,5	25,0	14,3
Self service	0,0	0,6	0,0	0,5	1,3	0,0	0,4
Fast food	6,5	0,0	1,4	1,1	1,3	0,0	1,3
Altro*	0,0	1,9	2,7	3,8	3,8	6,8	2,9

* Agriturismi, ristorante di pesce, birreria, farinate ria, pub, tavola calda, vegetariano/vegano

Il momento migliore per recarsi al ristorante è la sera. Ben il 92,1% del campione ha indicato il pasto fuori casa soprattutto in occasione della cena. Dalle risposte emergono alcune differenze nei comportamenti a seconda dell'età dell'intervistato. In particolare, se fino ai 25 anni la scelta della cena è praticamente esclusiva, man mano che l'età aumenta cresce anche il peso di coloro che hanno indicato il pranzo (il 20,5% degli over 65 ha dichiarato di mangiare fuori casa durante il pranzo).

Quando capita più spesso di mangiare al ristorante, pizzeria, trattoria, .ecc.



Anche il tipo di professione sembra incidere su quando andare al ristorante. Infatti, laddove si rileva un'attività imprenditoriale, una libera professione o comunque un lavoro autonomo cresce la percentuale di frequenza per il pasto consumato a pranzo, che probabilmente viene vissuto anche come un'occasione favorevole per gli incontri di lavoro. Invece, per coloro che svolgono un'attività lavorativa di tipo subordinato, la scelta ricade quasi sempre sul pasto serale.

La frequentazione degli esercizi della ristorazione in rapporto alla professione – Val. %

Professione	Pranzo	Cena	Totale
Operaio	1,7	98,3	100,0
Insegnante	0,0	100,0	100,0
Quadro, tecnico, impiegato intermedio	5,9	94,1	100,0
Impiegato esecutivo, addetto alle vendite	6,8	93,2	100,0
Lavoratore autonomo	9,4	90,6	100,0
Libero professionista	11,5	88,5	100,0
Imprenditore	11,3	88,7	100,0
Dirigente	0,0	100,0	100,0
Altro	10,0	90,0	100,0
Totale occupati	6,9	93,1	100,0

Il frequentatore tipo dei ristoranti in Italia è attento soprattutto alla qualità; infatti, il 77% di chi nell'ultimo mese è entrato almeno una volta in un esercizio ha dichiarato che la qualità dei piatti e dei prodotti offerti rappresenta uno degli aspetti più importanti per la scelta del locale.

Se per i bar alcune categorie di intervistati anteponevano l'igiene e la cura dei locali alla qualità dei prodotti, quando si parla di ristorazione il desiderio di "mangiare bene e sano" rappresenta l'elemento cardine, a prescindere dall'età e dal sesso

dell'intervistato. Solamente i giovani con meno di 25 anni hanno dimostrato una minore sensibilità verso questo aspetto.

Al secondo posto, tra i principali elementi di attrattiva di un locale, si posiziona l'igiene e la cura del locale; oltre la metà dei frequentatori ha indicato questo aspetto con percentuali che tendono a crescere proporzionalmente all'aumentare dell'età.

Il livello dei prezzi praticati si attesta al terzo posto delle segnalazioni (38,1%), citato maggiormente dagli intervistati con un'età media più bassa, mentre la cortesia del personale (28,6%) e l'offerta di piatti tipici (16,6%) sono risultate particolarmente gradite ai consumatori con età compresa tra i 36 ed i 65 anni. Le donne hanno evidenziato una particolare attenzione all'igiene e alla cura dei locali, oltre che al livello dei prezzi praticati, mentre il pubblico maschile appare più sensibile all'offerta di prodotti tipici.

Altri elementi di attrattiva come l'offerta di piatti etnici e alternativi, le attività di intrattenimento o la presenza di menù a prezzo fisso, non hanno registrato un particolare gradimento nel campione.

Aspetti più importanti per la scelta del locale - (risposte multiple)

Aspetti	Val. %
Qualità dei piatti offerti	77,0
L'igiene e la cura del locale	51,7
L'offerta di piatti tipici	16,6
L'offerta di piatti etnici e alternativi	2,7
Cortesia del personale	28,6
L'offerta di intrattenimento	2,0
Il livello dei prezzi praticati	38,1
Offerta di menù a prezzo fisso	1,7

Aspetti più importanti per la scelta del locale per età - (risposte multiple) – Val. %

Aspetti	18-25 anni	26-35 anni	36-45 anni	46-55 anni	56-65 anni	oltre 65 anni	Totale
Qualità dei piatti offerti	69,4	78,5	77,7	76,2	77,5	81,8	77,0
L'igiene e la cura del locale	37,1	44,9	54,1	60,0	50,0	52,3	51,7
L'offerta di piatti tipici	9,7	12,7	18,2	20,5	18,8	11,4	16,6
L'offerta di piatti etnici e alternativi	0,0	4,4	3,6	2,2	1,3	0,0	2,7
Cortesia del personale	30,6	30,4	26,8	28,6	26,3	31,8	28,6
L'offerta di intrattenimento	4,8	1,3	3,2	1,1	1,3	0,0	2,0
Il livello dei prezzi praticati	37,1	41,1	38,6	39,5	33,8	27,3	38,1
Offerta di menù a prezzo fisso	0,0	1,3	3,2	1,1	2,5	0,0	1,7

Indipendentemente dagli aspetti congiunturali, negli ultimi anni si sono modificate le modalità di consumo degli italiani al ristorante. Da un lato le nuove abitudini alimentari e i nuovi stili di vita, dall'altro le necessità economiche hanno portato il consumatore a richiedere sempre più spesso un numero limitato di portate, rinunciando in questo modo al più tradizionale "pasto completo".

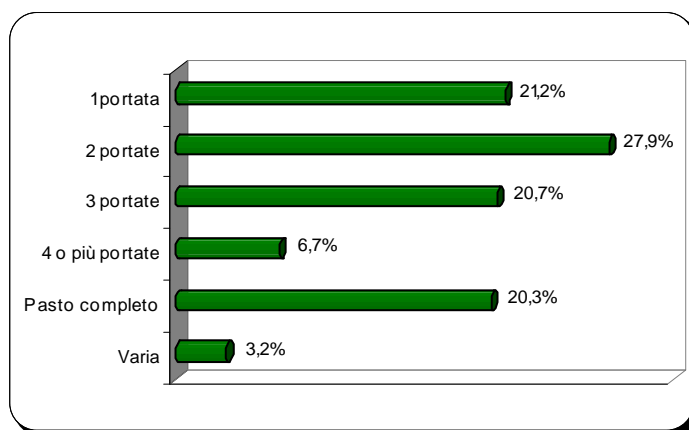
Dai risultati dell'indagine emerge che la tendenza più diffusa è il consumo di 2 portate, declinate nelle combinazioni più disparate: "pizza e antipasto", "antipasto

e primo”, “pizza e primo”, “antipasto e secondo”, sono risultate le combinazioni maggiormente preferite, che chiaramente variano anche in rapporto al tipo di esercizio frequentato.

Il 21,2% solitamente limita la scelta ad un solo piatto; in questo caso le preferenze ricadono maggiormente su “solo pizza” o “solo primo”. Per coloro che scelgono 3 portate (il 20,7% del campione) gli accostamenti più frequenti sono “pizza, antipasto e primo”, “pizza, antipasto e secondo”, “antipasto, primo e secondo”.

Il “pasto completo” è stato segnalato dal 20,3% dei frequentatori; a questi si possono aggiungere coloro che hanno indicato 4 o più portate che rappresentano il 6,7% del campione. Il “pasto completo” è più frequente tra gli uomini e tra gli over 56 anni. I giovanissimi con meno di 25 anni tendono a richiedere più spesso una sola portata.

Numero portate scelte al ristorante, pizzeria, trattoria, ecc.



Le combinazioni di portate più frequentemente scelte al ristorante, pizzeria, trattoria

Portate scelte	Val. %	Portate scelte	Val. %
Pasto completo	20,3	Antipasto, primo e secondo	2,4
Solo pizza	17,4	Pizza e dessert	2,3
Pizza e antipasto	6,9	Pizza, primo e secondo	2,0
Pizza, antipasto e primo	6,3	Secondo e contorno	1,7
Antipasto e primo	5,6	Pizza, antipasto, primo e secondo	1,5
Pizza e primo	3,2	Primo e secondo	1,5
Pizza, antipasto e secondo	3,2	Pizza e secondo	1,3
Varie	3,2	Altre combinazioni	15,4
Antipasto e secondo	3,1		
Solo primo	2,8	Totale	100,0

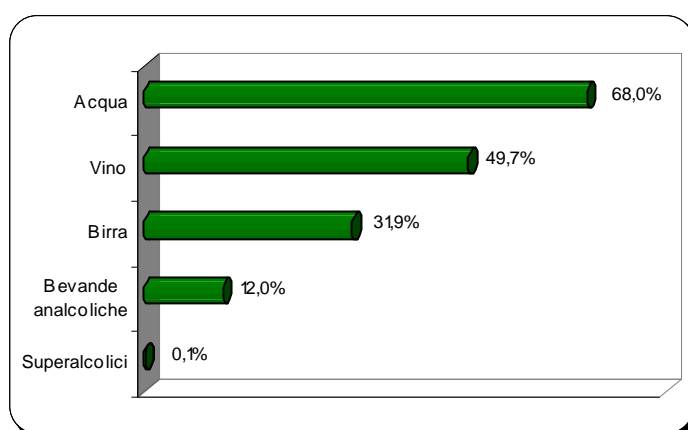
Dalla classifica di tutte le portate indicate dal campione di indagine emerge che la pizza è il piatto che alletta maggiormente i consumatori; seguono l’antipasto, i primi e i secondi. I contorni e i dessert, invece, non raccolgono molte segnalazioni; vengono forse visti come piatti aggiuntivi, ai quali è possibile rinunciare soprattutto se si vuole contenere il conto.

Portate più frequentemente scelte al ristorante, pizzeria, trattoria, ecc. - % su totale portate indicate

Portate	Val. %
Pizza	30,9
Antipasto	22,2
Primi	20,3
Secondi	14,6
Contorni	5,5
Dessert	5,4
Insalatona	0,8
Altro	0,2
Totale	100,0

Tra le principali bevande consumate al ristorante e negli altri esercizi simili, il 68% del campione ha indicato l'acqua. Al secondo posto si inserisce il vino, segnalato da circa la metà del campione e che risulta particolarmente apprezzato dai 46 anni in su. Seguono la birra, diffusa soprattutto nella fascia dai 36 ai 55 anni e tra coloro che hanno citato la pizzeria tra i locali preferiti, e le bevande analcoliche indicate soprattutto dai rispondenti più giovani con meno di 45 anni.

Le bevande consumate al ristorante, pizzeria, trattoria (risposte multiple)

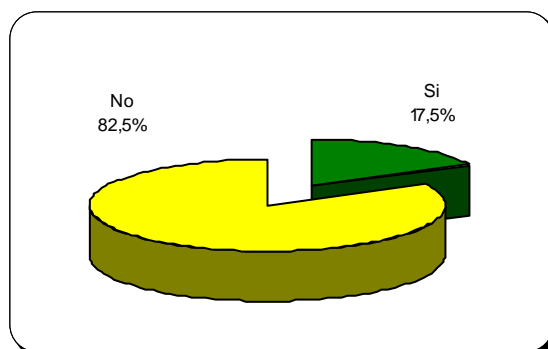


I consumi della pausa Pranzo

Secondo recenti studi, i lavoratori italiani sono sempre più propensi a gestire in maniera autonoma e più economica la pausa pranzo affidandosi a pranzi preparati a casa, a diete, o a piccoli snack.

Dai risultati della nostra indagine emerge che il 17,5% dei rispondenti, durante la pausa lavoro/studio, consuma abitualmente un pranzo presso un pubblico esercizio. La propensione a rivolgersi ad un bar o ad un ristorante è maggiore tra gli intervistati di sesso maschile (24%) e tra le fasce di età comprese tra i 26 ed i 45 anni. Tale abitudine è inoltre più radicata nelle regioni del Nord Ovest e in quelle del Centro; in Liguria, ad esempio, un terzo del campione ha dichiarato di recarsi in un pubblico esercizio durante la pausa pranzo, ma anche in Toscana, Lombardia e Lazio si registrato percentuali superiori alla media. La consuetudine alla pausa pranzo in un pubblico esercizio è più diffusa tra i rispondenti che svolgono un'attività lavorativa (22%); in generale si può affermare che la maggiore incidenza si registra nelle fasce di reddito medio-alte e tra coloro che svolgono un'attività professionale di tipo autonomo.

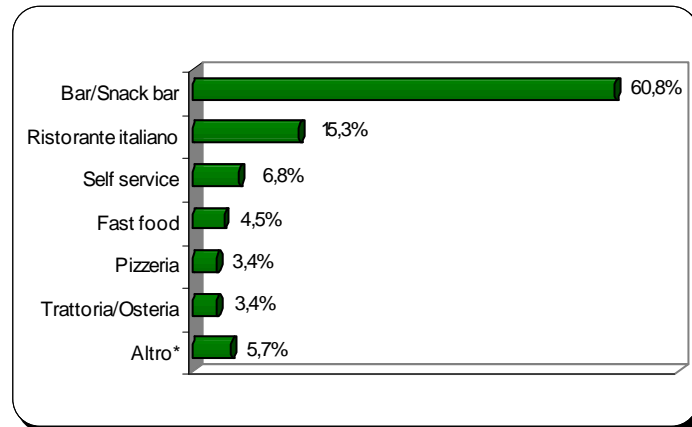
Propensione alla pausa pranzo in un pubblico esercizio



La scelta del locale dove consumare la pausa pranzo sembra dettata prevalentemente da esigenze di carattere economico; queste spingono il consumatore a scegliere esercizi meno costosi e ad affidarsi con una certa frequenza alla cosiddetta ristorazione “veloce” o low-cost. I bar e gli snack bar sono di gran lunga i locali preferiti (60,8%), seguiti dai ristoranti di cucina italiana (15,3%), dai self-service e dai fast food. Le pizzerie, le trattorie e le osterie non sembrano invece catturare gli interessi dei potenziali clienti in questa fase della giornata.

I bar sono preferiti soprattutto dalle intervistate di sesso femminile, mentre gli uomini si affidano più volentieri ai self-service e ai fast food. Questi ultimi sono particolarmente graditi anche ai giovanissimi, mentre per le fasce di età intermedie aumenta il gradimento per esercizi della ristorazione tradizionale, per le trattorie, osterie e per le pizzerie.

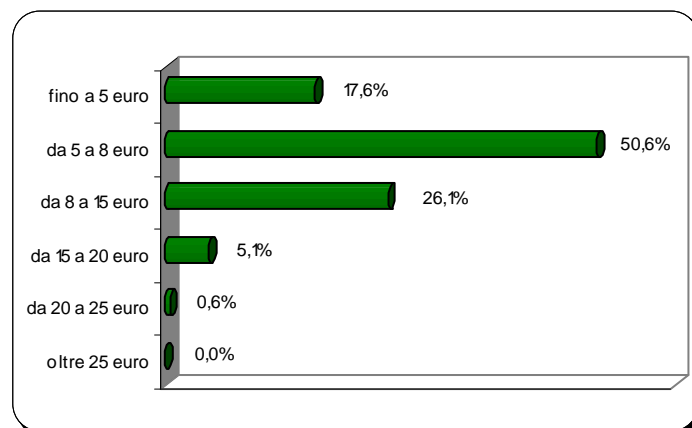
Tipo di locale scelto per la pausa pranzo



* Tavola calda, mensa aziendale, circolo sportivo, gastronomia, mensa ufficiali, panetteria, pub

La maggior parte dagli intervistati ha dichiarato una spesa media per la pausa pranzo compresa tra i 5 e gli 8 euro (50,6%); il 17,6% riesce a contenerla entro i 5 euro, il 26,1% ha indicato fino ai 15 euro, mentre per quasi 6 intervistati su cento la spesa media giornaliera supera i 15 euro. La stima puntuale fissa in circa 8 euro l'esborso medio che devono sostenere coloro che abitualmente consumano la pausa pranzo in un pubblico esercizio. Partendo da questo importo, supponendo che il pranzo fuori coinvolge giornalmente circa 8,7 milioni di italiani, è possibile stimare la spesa complessiva per la pausa pranzo in circa 18,5 milioni di euro l'anno. Chiaramente la spesa varia a seconda della tipologia di esercizio scelto. I consumatori che si rivolgono ai bar riescono a contenere la spesa intorno ai 6,8 euro; nei self-service e nei fast food si sale intorno agli 8,1 euro, negli esercizi della ristorazione tradizionale (ristoranti, pizzerie, trattorie e osterie) vengono superati gli 11 euro e mezzo, con un incremento di oltre il 44% rispetto alla media generale.

Spesa media per la pausa pranzo



La metodologia dell'indagine

L'indagine è di tipo campionario ed ha coinvolto un campione di 1.008 unità; l'universo di riferimento è costituito dalla popolazione residente sul territorio italiano con età superiore ai 18 anni, stratificata per area geografica e dimensione del comune di residenza. Le interviste sono state effettuate dal 24 maggio 2010 al 4 giugno 2010 attraverso la metodologia CATI (Computer Assisted Telephone Interview).

Agli intervistati è stato sottoposto un questionario composto da 26 domande a prevalente risposta chiusa, suddiviso in 3 sezioni tematiche più una relativa alle informazioni socio-demografiche del rispondente.

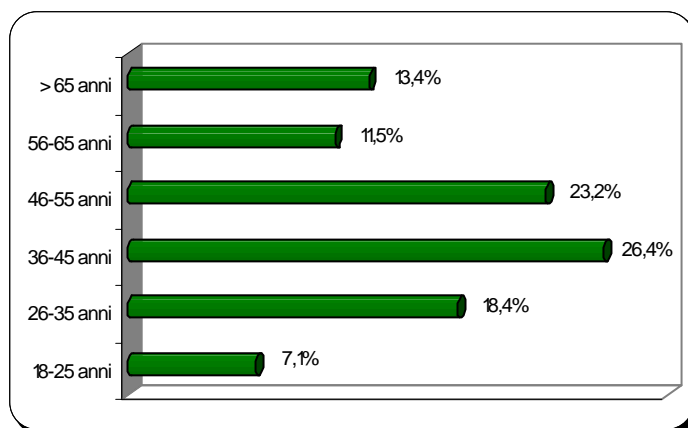
Le aree tematiche indagate sono le seguenti.

- i. I consumi al bar, snack bar, pasticceria o gelateria
- ii. I consumi al ristorante, pizzeria, trattoria, ecc.
- iii. La pausa pranzo

Le caratteristiche del campione intervistato

Il campione è costituito per il 58,9% da soggetti di sesso femminile e per il 41,1% di sesso maschile. Come si può osservare dal grafico seguente, tutte le fasce di età, a partire dai 18 anni, sono state adeguatamente rappresentate.

Età intervistati



Le interviste sono state condotte su tutto il territorio nazionale. In linea con la distribuzione della popolazione italiana, il 35% del campione è composto da residenti nelle regioni del Sud Italia e delle Isole, il 26,5% del Nord Est, il 19,5% del Centro Italia, il 18,9% del Nord Ovest. Le regioni maggiormente rappresentate sono anche quelle con il più alto numero di residenti: Lombardia (16,1% del campione), Campania, Lazio, Sicilia e Veneto. Tutte le regioni italiane sono state rappresentate nell'indagine.

Per la scelta dei comuni dove realizzare l'intervista, l'obiettivo è stato quello di differenziare i contatti sia verso le principali città italiane (Roma, Milano e Napoli su

tutte) sia verso i centri minori. Nel complesso sono stati coinvolti soggetti residenti in circa 475 comuni italiani.

La distribuzione delle interviste per regione

Regione	Val. %	Regione	Val. %
Lombardia	16,1	Liguria	2,7
Campania	9,6	Marche	2,6
Lazio	9,3	Abruzzo	2,2
Sicilia	8,7	Friuli Venezia Giulia	2,1
Veneto	8,0	Trentino Alto Adige	1,7
Piemonte	7,4	Umbria	1,5
Emilia Romagna	7,1	Basilicata	1,0
Puglia	6,7	Molise	0,5
Toscana	6,2	Valle d'Aosta	0,3
Calabria	3,5		
Sardegna	2,8	Totale	100,0

Anche per quanto riguarda altri aspetti, come il titolo di studio, la condizione occupazionale e la posizione professionale dell'intervistato, il campione risulta sufficientemente articolato in modo da comprendere adeguatamente le diverse fasce della popolazione italiana. Non trattandosi di variabili direttamente controllabili in fase di campionamento, ci possono essere alcune differenze con i dati effettivi.

Per il titolo di studio, il campione tiene conto dei diversi livelli di scolarizzazione. La maggior parte dei partecipanti all'indagine ha dichiarato di possedere un diploma di scuola media superiore (54,4%), il 24,7% un titolo inferiore, mentre il 20,9% possiede un diploma universitario o una laurea.

Titolo di studio intervistati

Titolo di studio	Val. %
Nessun titolo	0,6
Licenza elementare	7,8
Licenza media inferiore	16,3
Diploma di scuola media superiore	54,4
Diploma universitario o assimilabile	6,3
Laurea	14,5
Titolo post laurea	0,1
Totale	100,0

Oltre i tre quarti dei rispondenti hanno dichiarato di svolgere regolarmente un'attività lavorativa, che nella maggior parte dei casi consiste in un lavoro subordinato. Gli imprenditori rappresentano il 10,2%, seguono gli operai, i lavoratori autonomi e i liberi professionisti. Un'ampia maggioranza dei lavoratori opera nel settore del terziario e precisamente nella produzione e fornitura di servizi privati (56,7% rispetto al 15,9% che invece lavora nel pubblico). Nell'industria opera il 26,1% del campione, nel settore primario l'1,3%.

Tra i rispondenti non occupati, l'11,2% ha dichiarato di essere pensionato, il 7,4% casalinga, il 3,3% studente.

Condizione occupazionale intervistati

Condizione occupazionale	Val. %
Occupato/a	76,0
Disoccupato/a	1,0
In cerca di occupazione	0,7
Casalingo/a	7,4
Pensionato/a	11,2
Studente	3,3
Altra condizione*	0,4
Totale	100,0

* Badante, disabile, studente/lavoratrice

Posizione nella professione intervistati

Posizione	Val. %	Posizione	Val. %
Impiegato esecutivo, addetto alle vendite	30,8	Libero professionista	8,6
Quadro, tecnico, impiegato intermedio	25,1	Dirigente	3,0
Imprenditore	10,2	Insegnante	1,6
Operaio	9,4	Altro*	2,0
Lavoratore autonomo	9,4	Totale	100,0

* Agente di commercio, autista, autista di autobus, badante, biologa, collaboratrice scolastica, conservatore museale, giudice di pace, meccanico, pedagogista, rappresentante, ricercatrice, ufficiale militare

Appendice statistica

I CONSUMI AL BAR, SNACK BAR, PASTICCERIA O GELATERIA

Frequenzazione nell'ultimo mese di bar, snack bar, pasticceria, gelateria per età intervistati – Val. %

Frequenza	18-25 anni	26-35 anni	36-45 anni	46-55 anni	56-65 anni	oltre 65 anni	Totale
Tutti i giorni	30,6	28,6	35,0	29,9	26,7	11,9	28,3
Due-tre volte a settimana	33,3	28,6	24,1	23,1	16,4	3,7	21,7
Una volta a settimana	12,5	9,7	12,8	9,8	5,2	2,2	9,2
Due-tre volte al mese	19,4	20,5	13,9	17,9	18,1	9,6	16,4
Una volta al mese	2,8	3,8	4,5	6,0	6,9	5,2	5,0
Mai	1,4	8,6	9,8	13,2	26,7	67,4	19,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Frequenzazione nell'ultimo mese di bar, snack bar, pasticceria, gelateria per sesso – Val. %

Frequenza	Maschio	Femmina	Totale
Tutti i giorni	36,0	22,9	28,3
Due-tre volte a settimana	25,6	19,0	21,7
Una volta a settimana	8,5	9,8	9,2
Due-tre volte al mese	16,4	16,3	16,4
Una volta al mese	3,4	6,1	5,0
Mai	10,1	25,9	19,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Frequenzazione nell'ultimo mese di bar, snack bar, pasticceria, gelateria per regione – Val. %

Regione	Tutti i giorni	2-3 volte a settimana	1 volta a settimana	2-3e volte al mese	Una volta al mese	Mai	Totale
Lombardia	37,0	17,9	8,0	19,1	5,6	12,3	100,0
Campania	34,0	32,0	9,3	14,4	1,0	9,3	100,0
Lazio	39,4	24,5	5,3	12,8	6,4	11,7	100,0
Sicilia	14,8	10,2	9,1	12,5	5,7	47,7	100,0
Veneto	18,5	27,2	17,3	13,6	9,9	13,6	100,0
Piemonte	29,3	17,3	13,3	18,7	8,0	13,3	100,0
Emilia Romagna	26,4	31,9	8,3	16,7	5,6	11,1	100,0
Puglia	19,1	16,2	2,9	11,8	1,5	48,5	100,0
Toscana	25,8	25,8	17,7	24,2	1,6	4,8	100,0
Calabria	20,0	20,0	5,7	14,3	5,7	34,3	100,0
Sardegna	35,7	17,9	7,1	7,1	7,1	25,0	100,0
Liguria	33,3	22,2	0,0	22,2	3,7	18,5	100,0
Marche	46,2	19,2	7,7	7,7	0,0	19,2	100,0
Abruzzo	18,2	9,1	4,5	31,8	0,0	36,4	100,0
Friuli Venezia Giulia	23,8	33,3	9,5	23,8	4,8	4,8	100,0
Trentino Alto Adige	17,6	41,2	11,8	17,6	11,8	0,0	100,0
Umbria	20,0	6,7	0,0	26,7	0,0	46,7	100,0
Basilicata	30,0	10,0	40,0	10,0	0,0	10,0	100,0
Molise	20,0	0,0	0,0	20,0	20,0	40,0	100,0
Valle d'Aosta	0,0	33,3	0,0	33,3	0,0	33,3	100,0
Totale	28,3	21,7	9,2	16,4	5,0	19,4	100,0

Tendenza delle consumazioni rispetto allo scorso anno per età – Val. %

Tendenza	18-25 anni	26-35 anni	36-45 anni	46-55 anni	56-65 anni	oltre 65 anni	Totale
Aumentate	15,3	8,6	4,9	1,7	0,9	0,0	4,5
Diminuite	13,9	20,0	22,6	15,0	10,3	3,7	15,8
Invariate	70,8	71,4	72,6	83,3	88,8	96,3	79,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tendenza delle consumazioni rispetto allo scorso anno per area geografica – Val. %

Area geografica	Aumentate	Diminuite	Invariate	Totale
Nord Ovest	3,7	16,9	79,4	100,0
Nord Est	4,2	14,7	81,2	100,0
Centro	4,6	18,3	77,2	100,0
Sud e Isole	5,1	14,2	80,7	100,0
Totale	4,5	15,8	79,8	100,0

Tendenza delle consumazioni rispetto allo scorso anno per regione – Val. %

Regione	Aumentate	Diminuite	Invariate	Totale
Lombardia	3,7	19,1	77,2	100,0
Campania	6,2	21,6	72,2	100,0
Lazio	4,3	17,0	78,7	100,0
Sicilia	3,4	10,2	86,4	100,0
Veneto	1,2	13,6	85,2	100,0
Piemonte	2,7	17,3	80,0	100,0
Emilia Romagna	6,9	13,9	79,2	100,0
Puglia	4,4	7,4	88,2	100,0
Toscana	8,1	9,7	82,3	100,0
Calabria	5,7	5,7	88,6	100,0
Sardegna	3,6	21,4	75,0	100,0
Liguria	7,4	3,7	88,9	100,0
Marche	0,0	30,8	69,2	100,0
Abruzzo	9,1	22,7	68,2	100,0
Friuli Venezia Giulia	9,5	19,0	71,4	100,0
Trentino Alto Adige	0,0	17,6	82,4	100,0
Umbria	0,0	40,0	60,0	100,0
Basilicata	10,0	10,0	80,0	100,0
Molise	0,0	20,0	80,0	100,0
Valle d'Aosta	0,0	0,0	100,0	100,0
Totale	4,5	15,8	79,8	100,0

Tendenza delle consumazioni rispetto allo scorso anno per posizione nella professione – Val. %

Posizione	Aumentate	Diminuite	Invariate	Totale
Operaio	4,2	27,8	68,1	100,0
Insegnante	0,0	33,3	66,7	100,0
Quadro, tecnico, impiegato intermedio	4,7	21,4	74,0	100,0
Impiegato esecutivo, addetto alle vendite	6,8	14,0	79,2	100,0
Lavoratore autonomo	0,0	18,1	81,9	100,0
Libero professionista	3,0	13,6	83,3	100,0
Imprenditore	6,4	19,2	74,4	100,0
Dirigente	4,3	13,0	82,6	100,0
Altro	20,0	0,0	80,0	100,0
Totale occupati	5,1	18,0	76,9	100,0

Aspetti più importanti che determinano la scelta di un bar, snack bar, pasticceria, gelateria – Val. %

Aspetti	18-25 anni	26-35 anni	36-45 anni	46-55 anni	56-65 anni	oltre 65 anni	Totale
La varietà dell'offerta (tabacchi, giornali, ...)	16,9	13,0	12,9	11,8	12,9	15,9	13,2
Qualità dei prodotti offerti	50,7	58,6	67,5	66,5	55,3	52,3	61,8
L'igiene e cura dei locali	42,3	58,6	62,1	70,0	55,3	56,8	60,6
La tipologia di clientela che lo frequenta	28,2	24,9	15,8	9,4	12,9	13,6	16,7
Facile da raggiungere e con parcheggio	12,7	7,7	11,3	9,4	12,9	15,9	10,6
Cortesìa del personale	40,8	33,7	36,3	40,4	43,5	27,3	37,4

Servizi e dotazioni aggiuntive preferite in un bar, snack bar, pasticceria, gelateria per età
dell'intervistato –Val. %

Aspetti	18-25 anni	26-35 anni	36-45 anni	46-55 anni	56-65 anni	oltre 65 anni	Totale
Lo svago (poker online, slot machines, carte tradizionali, ...)	14,1	9,5	8,3	7,4	5,9	2,3	8,3
TV satellitare per le partite, film, eventi particolari, ...	8,5	8,3	6,3	8,9	10,6	6,8	8,0
Internet point	4,2	3,6	6,3	4,4	3,5	0,0	4,4
Le proposte di degustazioni e/o aperitivi a tema	23,9	40,2	44,2	38,4	23,5	9,1	36,1
La musica (diffusa, dal vivo, karaoke)	40,8	47,9	38,3	27,1	20,0	15,9	34,6
Altro	11,3	5,9	16,7	12,8	18,8	13,6	13,1
Non sa/non risponde	19,7	13,6	13,3	22,7	34,1	47,7	20,3

RISTORANTE, PIZZERIA, TRATTORIA, ECC.

Frequenzazione nell'ultimo mese di ristoranti, pizzerie, trattorie, ecc. per età – Val. %

Frequenza	18-25 anni	26-35 anni	36-45 anni	46-55 anni	56-65 anni	oltre 65 anni	Totale
Tutti i giorni	1,4	1,6	2,6	1,7	1,7	0,7	1,8
Due-tre volte a settimana	6,9	9,7	6,8	4,3	6,0	2,2	6,1
Una volta a settimana	23,6	15,1	16,9	19,7	13,8	5,2	15,8
Due-tre volte al mese	40,3	39,5	38,3	27,8	30,2	10,4	31,5
Una volta al mese	13,9	19,5	18,0	25,6	17,2	14,1	19,1
Mai	13,9	14,6	17,3	20,9	31,0	67,4	25,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Frequenzazione nell'ultimo mese di ristoranti, pizzerie, trattorie, ecc. per sesso – Val. %

Frequenza	Maschio	Femmina	Totale
Tutti i giorni	2,9	1,0	1,8
Due-tre volte a settimana	8,5	4,4	6,1
Una volta a settimana	17,6	14,5	15,8
Due-tre volte al mese	32,9	30,6	31,5
Una volta al mese	19,1	19,2	19,1
Mai	19,1	30,3	25,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Frequenzazione nell'ultimo mese ristoranti, pizzerie, trattorie, ecc. per regione – Val. %

Regione	Tutti i giorni	2-3 volte a settimana	1 volta a settimana	2-3e volte al mese	Una volta al mese	Mai	Totale
Lombardia	3,1	6,2	17,9	38,3	19,8	14,8	100,0
Campania	1,0	11,3	21,6	27,8	17,5	20,6	100,0
Lazio	1,1	7,4	18,1	31,9	19,1	22,3	100,0
Sicilia	1,1	2,3	8,0	17,0	17,0	54,5	100,0
Veneto	4,9	2,5	22,2	38,3	17,3	14,8	100,0
Piemonte	1,3	8,0	13,3	41,3	17,3	18,7	100,0
Emilia Romagna	0,0	6,9	15,3	40,3	22,2	15,3	100,0
Puglia	1,5	4,4	7,4	20,6	19,1	47,1	100,0
Toscana	1,6	1,6	16,1	27,4	30,6	22,6	100,0
Calabria	0,0	2,9	5,7	28,6	25,7	37,1	100,0
Sardegna	0,0	10,7	17,9	17,9	32,1	21,4	100,0
Liguria	0,0	3,7	29,6	29,6	11,1	25,9	100,0
Marche	3,8	7,7	23,1	26,9	15,4	23,1	100,0
Abruzzo	4,5	0,0	9,1	27,3	9,1	50,0	100,0
Friuli Venezia Giulia	4,8	9,5	19,0	38,1	14,3	14,3	100,0
Trentino Alto Adige	0,0	5,9	11,8	41,2	23,5	17,6	100,0
Umbria	0,0	6,7	6,7	6,7	13,3	66,7	100,0
Basilicata	0,0	30,0	10,0	50,0	0,0	10,0	100,0
Molise	0,0	0,0	0,0	60,0	0,0	40,0	100,0
Valle d'Aosta	0,0	0,0	0,0	66,7	0,0	33,3	100,0
Totale	1,8	6,1	15,8	31,5	19,1	25,7	100,0

Frequenzazione nell'ultimo mese ristoranti, pizzerie, trattorie, ecc. per area geografica – Val. %

Area geografica	Tutti i giorni	2-3 volte a settimana	1 volta a settimana	2-3e volte al mese	Una volta al mese	Mai	Totale
Nord Ovest	2,2	6,4	17,6	38,6	18,0	17,2	100,0
Nord Est	2,6	5,2	18,3	39,3	19,4	15,2	100,0
Centro	1,5	5,6	17,3	27,9	21,8	25,9	100,0
Sud e Isole	1,1	6,5	12,2	24,1	18,4	37,7	100,0
Totale	1,8	6,1	15,8	31,5	19,1	25,7	100,0

Tendenza delle frequentazioni di questi locali rispetto allo scorso anno per età – Val. %

Tendenza	18-25 anni	26-35 anni	36-45 anni	46-55 anni	56-65 anni	oltre 65 anni	Totale
Aumentate	5,6	7,0	4,5	2,1	0,0	0,7	3,5
Diminuite	26,4	33,5	29,3	30,3	15,5	15,6	26,7
Invariate	68,1	59,5	66,2	67,5	84,5	83,7	69,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tendenza delle frequentazioni di questi locali rispetto allo scorso anno per regione – Val. %

Regione	Aumentate	Diminuite	Invariate	Totale
Lombardia	6,2	26,5	67,3	100,0
Campania	6,2	34,0	59,8	100,0
Lazio	3,2	31,9	64,9	100,0
Sicilia	1,1	23,9	75,0	100,0
Veneto	1,2	19,8	79,0	100,0
Piemonte	2,7	24,0	73,3	100,0
Emilia Romagna	1,4	20,8	77,8	100,0
Puglia	2,9	27,9	69,1	100,0
Toscana	4,8	27,4	67,7	100,0
Calabria	5,7	22,9	71,4	100,0
Sardegna	3,6	32,1	64,3	100,0
Liguria	3,7	29,6	66,7	100,0
Marche	3,8	26,9	69,2	100,0
Abruzzo	0,0	27,3	72,7	100,0
Friuli Venezia Giulia	0,0	28,6	71,4	100,0
Trentino Alto Adige	0,0	29,4	70,6	100,0
Umbria	0,0	26,7	73,3	100,0
Basilicata	10,0	30,0	60,0	100,0
Molise	0,0	20,0	80,0	100,0
Valle d'Aosta	0,0	0,0	100,0	100,0
Totale	3,5	26,7	69,8	100,0

Tendenza delle frequentazioni di questi locali rispetto allo scorso anno per area geografica – Val. %

Area geografica	Aumentate	Diminuite	Invariate	Totale
Nord Ovest	4,9	25,8	69,3	100,0
Nord Est	1,0	22,0	77,0	100,0
Centro	3,6	29,4	67,0	100,0
Sud e Isole	3,7	28,3	68,0	100,0
Totale	3,5	26,7	69,8	100,0

Tendenza delle frequentazioni di questi locali rispetto allo scorso anno per posizione nella professione –

Val. %

Posizione	Aumentate	Diminuite	Invariate	Totale
Operaio	0,0	37,5	62,5	100,0
Insegnante	0,0	8,3	91,7	100,0
Quadro, tecnico, impiegato intermedio	5,7	35,4	58,9	100,0
Impiegato esecutivo, addetto alle vendite	4,7	23,7	71,6	100,0
Lavoratore autonomo	0,0	23,6	76,4	100,0
Libero professionista	6,1	27,3	66,7	100,0
Imprenditore	6,4	32,1	61,5	100,0
Dirigente	8,7	13,0	78,3	100,0
Altro	13,3	33,3	53,3	100,0
Totale occupati	4,6	28,7	66,7	100,0

Tipo di ristorante etnico preferito % su totale rispondenti (risposte multiple)

Tipo di ristorante etnico	Val. %	Tipo di ristorante etnico	Val. %
Cinese	46,2	Africano	3,1
Giapponese	41,5	Eritreo	1,5
Indiano	35,4	Cingalese	1,5
Messicano	18,5	Tailandese	1,5
Greco	6,2	Arabo	1,5
Spagnolo	6,2	Tutti	1,5

Quando capita più spesso di mangiare al ristorante, pizzeria, trattoria, .ecc. per età – Val. %

Età	Pranzo	Cena	Totale
18-25 anni	3,2	96,8	100,0
26-35 anni	6,3	93,7	100,0
36-45 anni	5,5	94,5	100,0
46-55 anni	8,1	91,9	100,0
56-65 anni	13,8	86,3	100,0
oltre 65 anni	20,5	79,5	100,0
Totale	7,9	92,1	100,0

Quando capita più spesso di mangiare al ristorante, pizzeria, trattoria, .ecc. per sesso – Val. %

Sesso	Pranzo	Cena	Totale
Maschio	8,1	91,9	100,0
Femmina	7,7	92,3	100,0
Totale	7,9	92,1	100,0

Quando capita più spesso di mangiare al ristorante, pizzeria, trattoria, .ecc. per regione – Val. %

Regione	Pranzo	Cena	Totale
Lombardia	10,9	89,1	100,0
Campania	5,2	94,8	100,0
Lazio	6,8	93,2	100,0
Sicilia	15,0	85,0	100,0
Veneto	5,8	94,2	100,0
Piemonte	4,9	95,1	100,0
Emilia Romagna	1,6	98,4	100,0
Puglia	11,1	88,9	100,0
Toscana	8,3	91,7	100,0
Calabria	9,1	90,9	100,0
Sardegna	4,5	95,5	100,0
Liguria	5,0	95,0	100,0
Marche	10,0	90,0	100,0
Abruzzo	9,1	90,9	100,0
Friuli Venezia Giulia	11,1	88,9	100,0
Trentino Alto Adige	0,0	100,0	100,0
Umbria	20,0	80,0	100,0
Basilicata	33,3	66,7	100,0
Molise	0,0	100,0	100,0
Valle d'Aosta	0,0	100,0	100,0
Totale	7,9	92,1	100,0

Quando capita più spesso di mangiare al ristorante, pizzeria, trattoria, .ecc. per regione – Val. %

Area geografica	Pranzo	Cena	Totale
Nord Ovest	8,6	91,4	100,0
Nord Est	4,3	95,7	100,0
Centro	8,2	91,8	100,0
Sud e Isole	9,5	90,5	100,0
Totale	7,9	92,1	100,0

LA PAUSA PRANZO

Propensione alla pausa pranzo in un pubblico esercizio per sesso – Val. %

Sesso	Si	No	Totale
Maschio	23,9	76,1	100,0
Femmina	13,0	87,0	100,0
Totale	17,5	82,5	100,0

Propensione alla pausa pranzo in un pubblico esercizio per età – Val. %

Età	Si	No	Totale
18-25 anni	12,5	87,5	100,0
26-35 anni	25,9	74,1	100,0
36-45 anni	20,3	79,7	100,0
46-55 anni	18,8	81,2	100,0
56-65 anni	14,7	85,3	100,0
oltre 65 anni	3,0	97,0	100,0
Totale	17,5	82,5	100,0

Propensione alla pausa pranzo in un pubblico esercizio per regione – Val. %

Regione	Si	No	Totale
Lombardia	25,9	74,1	100,0
Campania	14,4	85,6	100,0
Lazio	23,4	76,6	100,0
Sicilia	10,2	89,8	100,0
Veneto	22,2	77,8	100,0
Piemonte	17,3	82,7	100,0
Emilia Romagna	13,9	86,1	100,0
Puglia	2,9	97,1	100,0
Toscana	25,8	74,2	100,0
Calabria	8,6	91,4	100,0
Sardegna	17,9	82,1	100,0
Liguria	33,3	66,7	100,0
Marche	15,4	84,6	100,0
Abruzzo	13,6	86,4	100,0
Friuli Venezia Giulia	4,8	95,2	100,0
Trentino Alto Adige	5,9	94,1	100,0
Umbria	13,3	86,7	100,0
Basilicata	20,0	80,0	100,0
Molise	0,0	100,0	100,0
Valle d'Aosta	0,0	100,0	100,0
Totale	17,5	82,5	100,0

Propensione alla pausa pranzo in un pubblico esercizio per area geografica – Val. %

Regione	Si	No	Totale
Nord Ovest	24,0	76,0	100,0
Nord Est	15,7	84,3	100,0
Centro	22,3	77,7	100,0
Sud e Isole	10,8	89,2	100,0
Totale	17,5	82,5	100,0

Propensione alla pausa pranzo in un pubblico esercizio per posizione nella professione – Val. %

Regione	Si	No	Totale
Operaio	12,5	87,5	100,0
Insegnante	8,3	91,7	100,0
Quadro, tecnico, impiegato intermedio	18,8	81,3	100,0
Impiegato esecutivo, addetto alle vendite	24,6	75,4	100,0
Lavoratore autonomo	29,2	70,8	100,0
Libero professionista	24,2	75,8	100,0
Imprenditore	24,4	75,6	100,0
Dirigente	21,7	78,3	100,0
Altro	20,0	80,0	100,0
Totale occupati	21,9	78,1	100,0

Tipo di locale scelto per la pausa pranzo per età – Val. %

Tipo di locale	18-25 anni	26-35 anni	36-45 anni	46-55 anni	56-65 anni	oltre 65 anni	Totale
Bar/snack bar	44,4	60,4	64,8	65,9	47,1	50,0	60,8
Pizzeria	0,0	4,2	1,9	4,5	5,9	0,0	3,4
Ristorante italiano	11,1	14,6	18,5	9,1	17,6	50,0	15,3
Trattoria/Osteria	0,0	0,0	3,7	2,3	11,8	0,0	2,8
Self service	0,0	6,3	7,4	9,1	5,9	0,0	6,8
Fast food	22,2	4,2	0,0	6,8	5,9	0,0	4,5
Altro*	22,2	10,4	3,7	2,3	5,9	0,0	6,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tipo di locale scelto per la pausa pranzo per sesso – Val. %

Tipo di locale	Maschio	Femmina	Totale
Bar/snack bar	56,6	66,2	60,8
Pizzeria	4,0	2,6	3,4
Ristorante italiano	16,2	14,3	15,3
Trattoria/Osteria	3,0	2,6	2,8
Self service	10,1	2,6	6,8
Fast food	6,1	2,6	4,5
Altro*	4,0	9,1	6,3
Totale	100,0	100,0	100,0