

OSSERVATORIO REGIONALE DEL COMMERCIO

LA SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE IN EMILIA ROMAGNA

ANALISI DELL'ANDAMENTO DEI CONSUMI

PRINCIPALI MUTAMENTI NELLE ABITUDINI D'ACQUISTO

A cura di Cominvest srl

Luglio 2017

LA SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE IN EMILIA ROMAGNA

LA DOMANDA E I MODELLI DI CONSUMO NEL SETTORE DEI PUBBLICI ESERCIZI IN EMILIA-ROMAGNA	3
I DIVERSI MOMENTI DI CONSUMO DEI PASTI FUORI CASA	4
I CONSUMI DELLE FAMIGLIE IN EMILIA-ROMAGNA	8
La spesa media mensile delle famiglie per i “ <i>consumi totali</i> ”	8
La spesa media mensile delle famiglie per i prodotti “ <i>alimentari e bevande</i> ”	8
La spesa media mensile delle famiglie per i “ <i>pasti fuori casa</i> ”	10
INDAGINE SUI CONSUMI ALIMENTARI FUORI CASA AI RESIDENTI IN EMILIA ROMAGNA.....	13
La colazione fuori casa	14
Il pranzo funzionale fuori casa	17
Il pranzo conviviale fuori casa	20
La cena fuori casa	23
Pranzo funzionale, conviviale e cena fuori casa: portate e bevande	26
Il pranzo funzionale fuori casa	23
Il pranzo conviviale fuori casa.....	24
La cena fuori casa.....	25
I pasti da asporto.....	30
L’aperitivo e il dopo cena fuori casa.....	33
Grafici di sintesi.....	35
Web e condivisione	36
Nota metodologica.....	40

LA DOMANDA E I MODELLI DI CONSUMO NEL SETTORE DEI PUBBLICI ESERCIZI IN EMILIA-ROMAGNA

Premessa

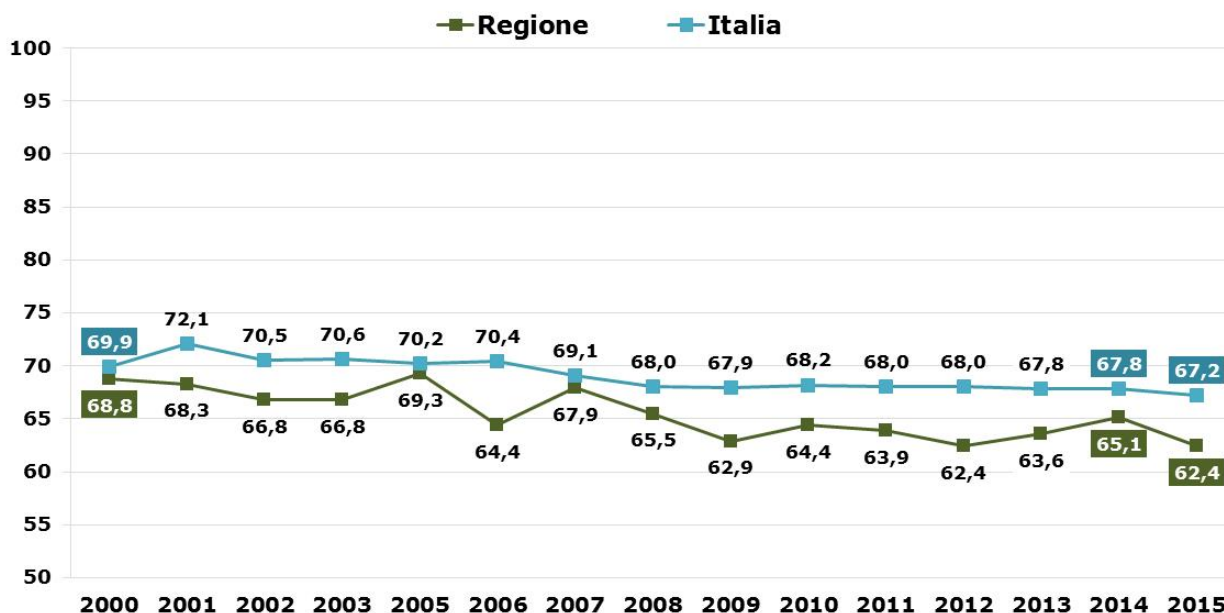
L'evoluzione degli stili alimentari riferiti ai consumi fuori casa, sono sempre stati presi in esame, all'interno di questo report, in una serie storica a partire dal 2000 che ha permesso di comparare l'Emilia-Romagna con il dato nazionale e, dopo la revisione fatta dall'Istat nel 2014 sulle metodologie di rilevazione e la conseguente riparametrazione dei dati del periodo precedente, si è scelto di mantenere la serie storica utilizzando i nuovi dati e questo spiega perché i dati relativi agli anni 2000-2013 contenuti nel presente report e riguardanti i consumi delle famiglie non corrispondano, per gli stessi anni, con quelli riportati nei report precedenti pubblicati fino al 2013.¹

¹ Come citato in premessa del report dello scorso anno, è utile ricordare come la statistica nazionale sia stata profondamente rinnovata nel 1997, rendendo praticamente impossibile il confronto con gli anni precedenti e la scelta fatta all'interno dell'Osservatorio regionale del Commercio è stata quella di monitorare il dato a partire dal 2000, abbracciando comunque un lasso di tempo molto ampio per sviluppare considerazioni e analisi interessanti sul settore. Dal 2014, l'Istat ha introdotto un altro sostanziale cambiamento delle metodologie di rilevazione dei dati, ricollocando alcune voci di spesa rilevanti ai fini della determinazione della spesa delle famiglie e, nel contempo, dettagliandole maggiormente: le bevande alcoliche, ad esempio, non sono più inserite nella categoria degli 'alimentari e bevande' ma considerate assieme ai 'tabacchi'; la voce relativa ad 'abitazione e utenze' ha ora un peso maggiore mentre si è ridotto quello dei 'mobili, articoli e servizi per la casa', così come risulta molto inferiore la quota residuale per 'altri beni e servizi'. È stata, infine, introdotta una categoria ad hoc per 'servizi ricettivi e di ristorazione' che riguarda circa il 4,8% della spesa media mensile delle famiglie a livello nazionale e il 5,7% a livello dell'Emilia-Romagna. L'Istat ha comunque riparametrato i dati relativi agli anni precedenti al 2014, al fine di consentire il confronto col 2014 stesso e recuperare le serie storiche; il dato che risulta da questa operazione, negli anni precedenti al 2014, risulta però, ovviamente, diverso a quello registrato con la precedente classificazione.

I DIVERSI MOMENTI DI CONSUMO DEI PASTI FUORI CASA

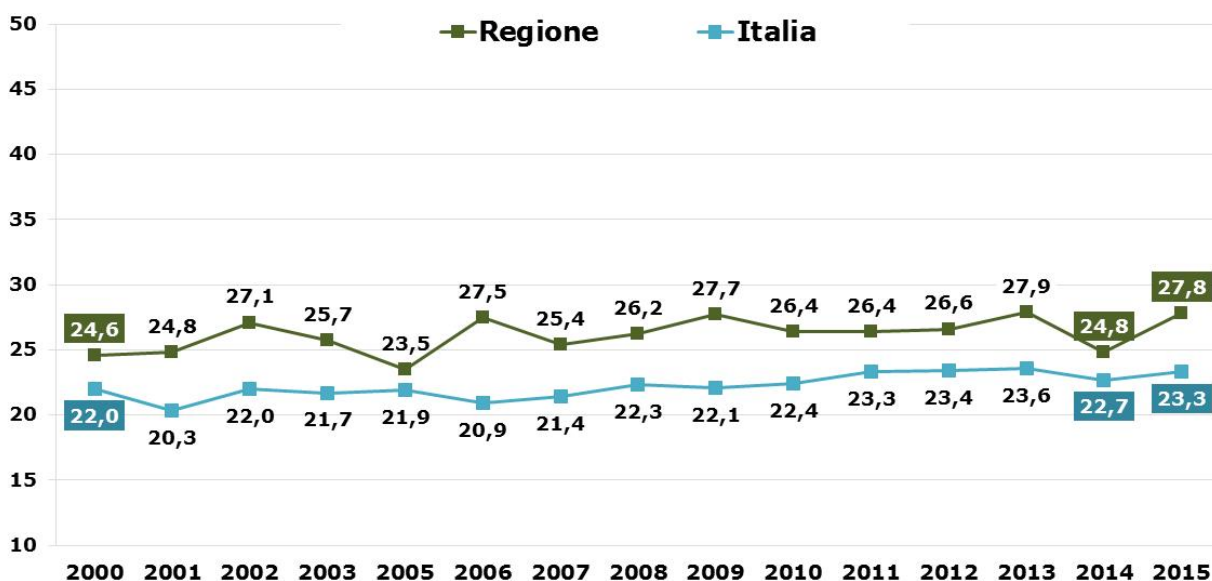
Tenendo presente quanto detto in premessa, iniziando ad analizzare i dati sugli stili di consumo, nel 2015 si sono registrati alcuni significativi fenomeni: il **pranzo perde importanza**, in Emilia-Romagna, **come pasto principale della giornata**, registrando il dato più basso a partire dal 2000 assieme all'anno 2012, e confermando un andamento abbastanza altalenante. Più lineare è il dato nazionale, che registra una diminuzione costante, anche se lieve, dell'importanza del pranzo come pasto principale. La forbice fra Italia ed Emilia-Romagna è comunque del 4,8% (67,2 contro 62,4%). Nel contempo, aumenta la percentuale di chi considera la **cena come pasto principale della giornata** sia a livello regionale che nazionale (dal 24,8 del 2014 al 27,8 in E.-R. e dal 22,7 al 23,3 in Italia) e la quota di chi consuma una colazione adeguata (dall'84,3 del 2014 all'85,1 in E.-R. e dall'80,3 all'81,2 in Italia).

**PERSONE CHE CONSIDERANO IL PRANZO
COME PASTO PRINCIPALE DELLA GIORNATA**
*Persone di tre anni e più (Valori % per 100 persone della stessa zona) - Anni 2000 - 2015**



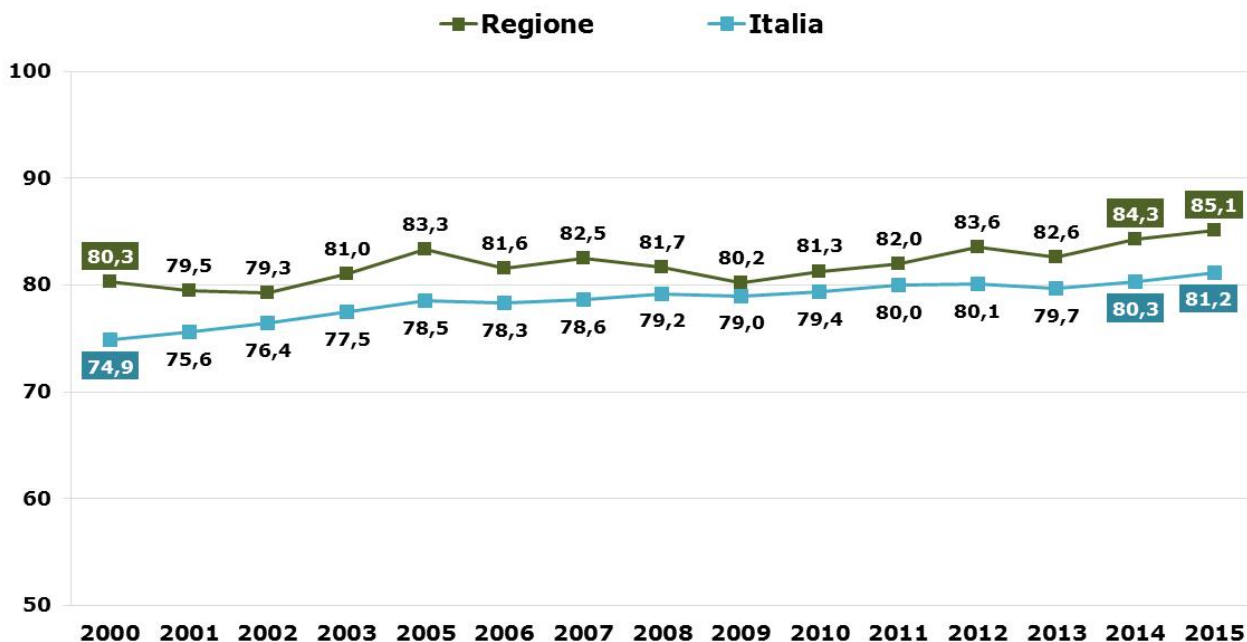
Fonte: Nostra elaborazione su dati Istat e Rapporto Agro-alimentare Unione Regionale Camere di Commercio Emilia Romagna
* Il dato per l'anno 2004 non è pervenuto

**PERSONE CHE CONSIDERANO LA CENA
COME PASTO PRINCIPALE DELLA GIORNATA**
*Persone di tre anni e più (Valori % per 100 persone della stessa zona) - Anni 2000 - 2015**



Fonte: Nostra elaborazione su dati Istat e Rapporto Agro-alimentare Unione Regionale Camere di Commercio Emilia Romagna
 * Il dato per l'anno 2004 non è pervenuto

PERSONE CHE FANNO UNA COLAZIONE ADEGUATA*
*Persone di tre anni e più (Valori % per 100 persone della stessa zona) - Anni 2000 - 2015***

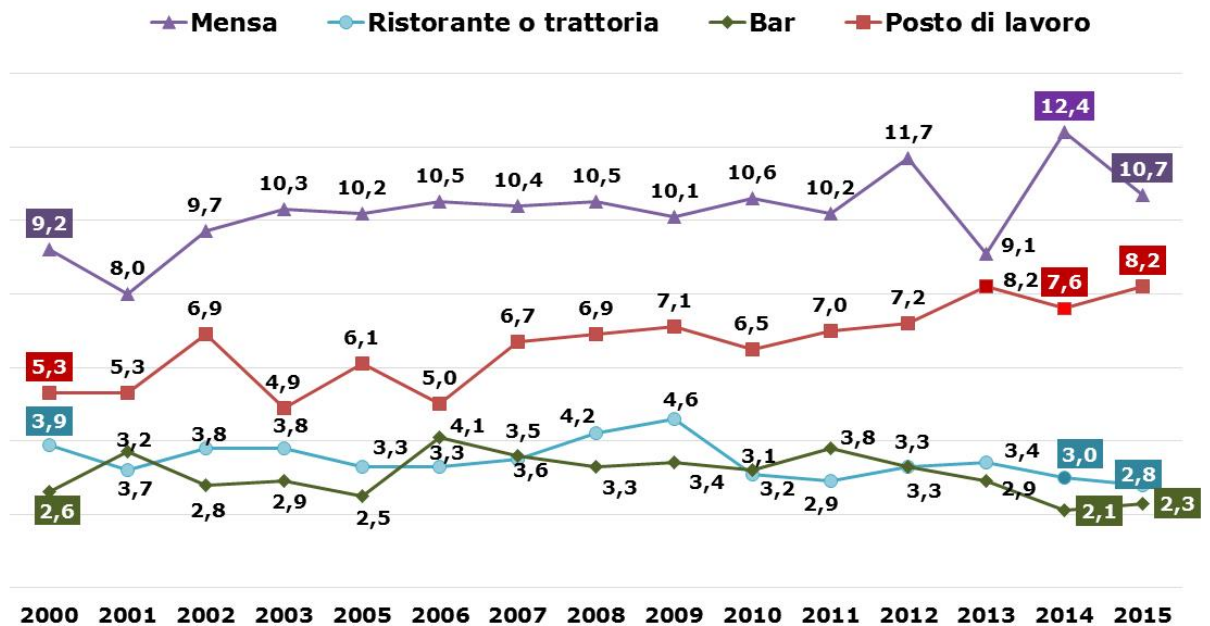


Fonte: Nostra elaborazione su dati Istat e Rapporto Agro-alimentare Unione Regionale Camere di Commercio Emilia Romagna
 * Per adeguata, si intende una colazione in cui non si assumano soltanto tè o caffè, ma si beva latte e/o si mangi qualcosa
 ** Il dato per l'anno 2004 non è pervenuto

Il luogo maggiormente indicato dove consumare il pranzo, come mostrano i due grafici che seguono, continua ad essere la 'mensa' (con percentuale in diminuzione nel dato regionale e in leggera crescita a livello nazionale), seguita dal 'posto di lavoro' (in leggero incremento sia a livello regionale che nazionale); segni equivocabili del fatto che il consumo del pasto fuori casa rimane essenzialmente legato all'organizzazione della giornata lavorativa. Il dato dell'Emilia-Romagna riguardo sia all'indicazione della 'mensa' che del 'posto di lavoro' come luogo per il pranzo, rimane più alto rispetto a quello nazionale.

EMILIA ROMAGNA - PERSONE CHE FANNO IL PRANZO FUORI CASA

Persone di tre anni e più (Valori % per 100 persone della stessa zona) - Anni 2000 - 2015*

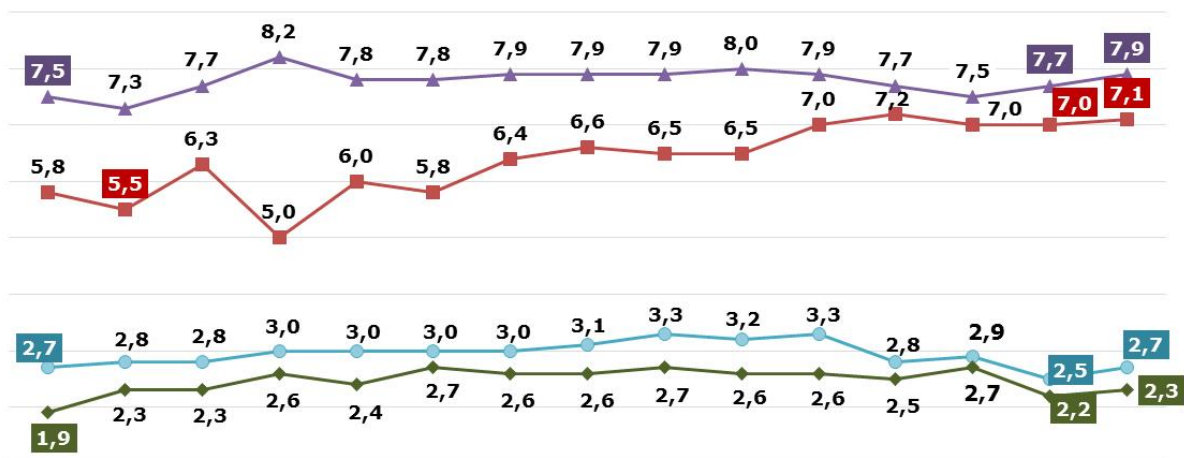


2000 2001 2002 2003 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015

Fonte: Nostra elaborazione su dati Istat e Rapporto Agro-alimentare Unione Regionale Camere di Commercio Emilia Romagna
* Il dato per l'anno 2004 non è pervenuto

ITALIA - PERSONE CHE FANNO IL PRANZO FUORI CASA
 Persone di tre anni e più (Valori % per 100 persone della stessa zona) - Anni 2000 - 2015*

▲ Mensa ● Ristorante o trattoria ◆ Bar ■ Posto di lavoro



2000 2001 2002 2003 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015

Fonte: elaborazione su dati Istat e Rapporto Agro-alimentare Unione Regionale Camere di Commercio Emilia Romagna
 * Il dato per l'anno 2004 non è pervenuto

I CONSUMI DELLE FAMIGLIE IN EMILIA-ROMAGNA

La spesa media mensile delle famiglie per i “consumi totali”

Esaminando, ora, i dati riguardanti la **spesa media mensile delle famiglie per i “consumi totali”**, questi evidenziano come nel 2015, l’**Emilia-Romagna**:

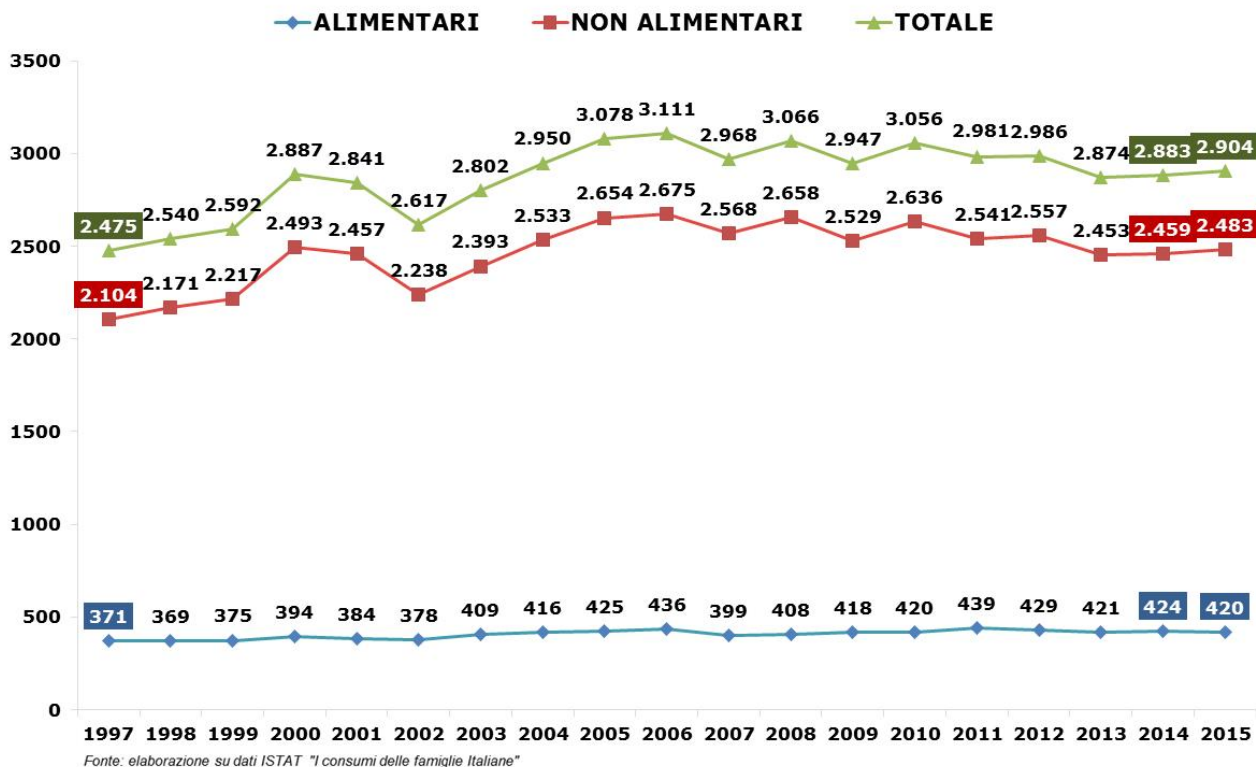
- registri una “**spesa media mensile**” di **2.904 euro** ancora nettamente superiore (+405 euro) a quella italiana (2.499 euro);
- sia la **terza regione** per “spesa media per i consumi”, preceduta solamente dalla Lombardia (3.031 euro) e dal Trentino Alto Adige (con 3.022 euro – in realtà dal solo Alto Adige con 3.379 euro, contro i 2.692 del Trentino);
- veda un incremento della spesa di 21 euro (pari allo 0,7%) rispetto al 2014; in Italia l’incremento è stato di 10 euro (pari allo 0,4%).

La spesa media mensile delle famiglie per i prodotti “alimentari e bevande”

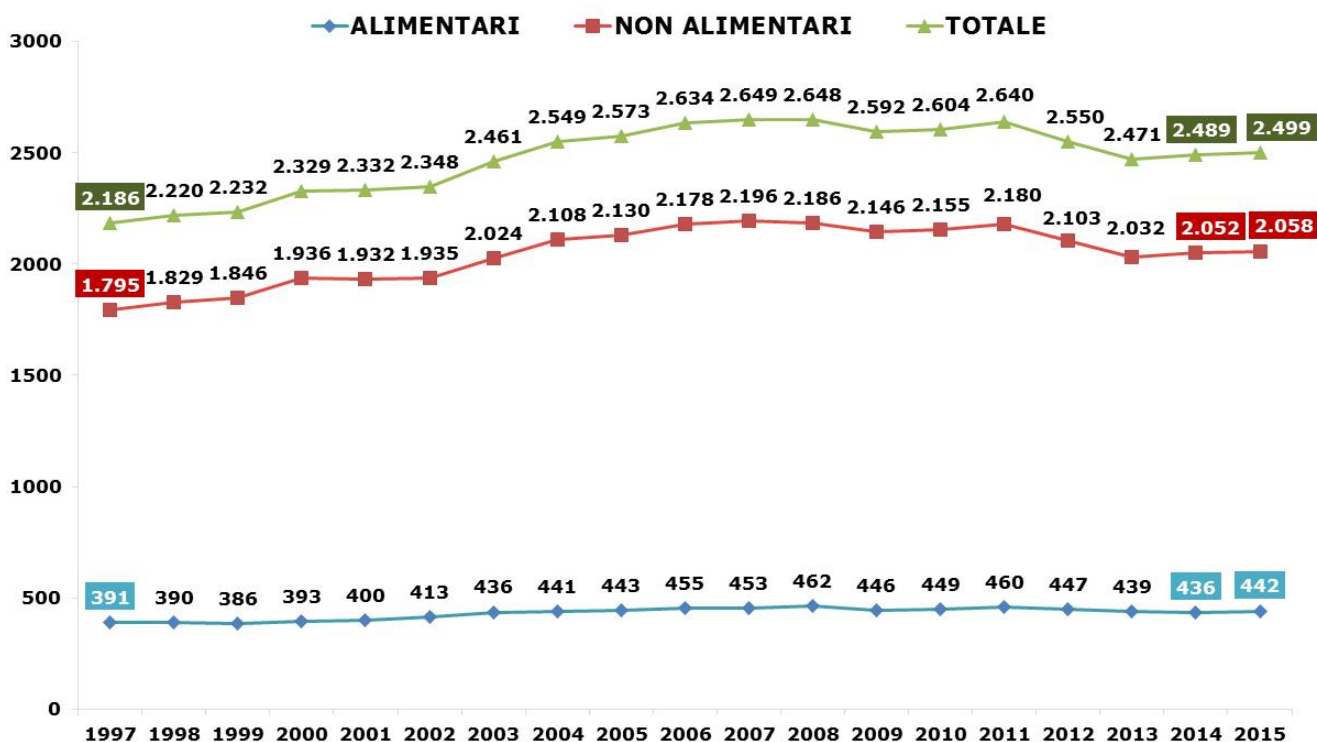
Per quanto riguarda invece la **spesa media mensile delle famiglie** per i consumi di “**alimenti e bevande**”, l’Emilia Romagna con i suoi 420,2 euro conferma un livello di spesa regionale tra le più basse, in diminuzione rispetto al 2014 (- 4,3 euro), precedendo solo la Calabria (419,8 euro), la Liguria (415,4), la Sardegna (413,5), la Sicilia (406,1) e l’Abruzzo (400,8) e contro una media nazionale di 441,5 euro in aumento rispetto al 2014 (+ 5 euro); differenziandosi significativamente dalle regioni con spesa più elevata come la Toscana (476 euro), la Valle d’Aosta (470,6) e il Piemonte (462,3).

La **spesa alimentare in Emilia –Romagna** rappresenta il **14,5% della spesa totale** delle famiglie (incidenza in leggero calo rispetto al 2014 quando risultava pari al 14,7%) e il dato è nettamente inferiore alla media nazionale che si attesta al 17,7% (in leggero aumento rispetto al 2014 quando era del 17,5). Differenza in linea con l’andamento registrato nel corso degli anni.

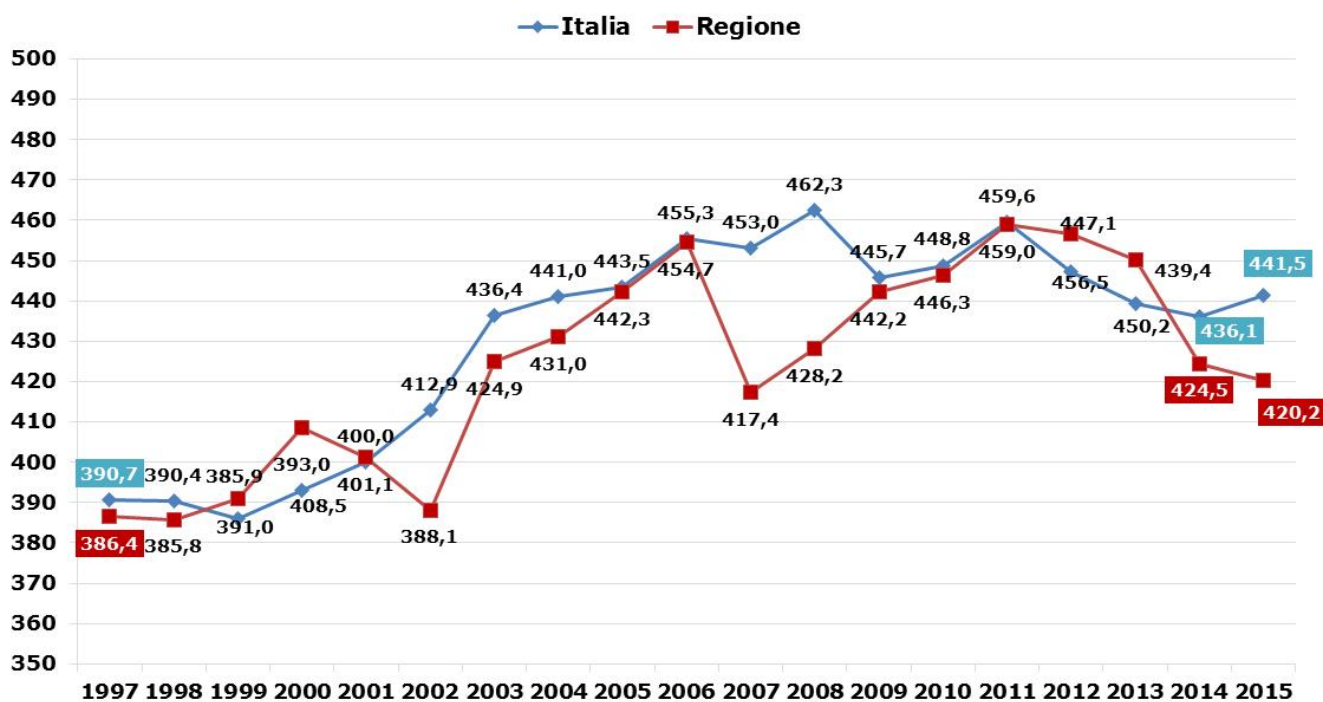
EMILIA ROMAGNA - SPESA MEDIA MENSILE DELLE FAMIGLIE



ITALIA - SPESA MEDIA MENSILE DELLE FAMIGLIE



SPESA MEDIA MENSILE ALIMENTARE DELLE FAMIGLIE (Spesa nominale, Valori in euro)

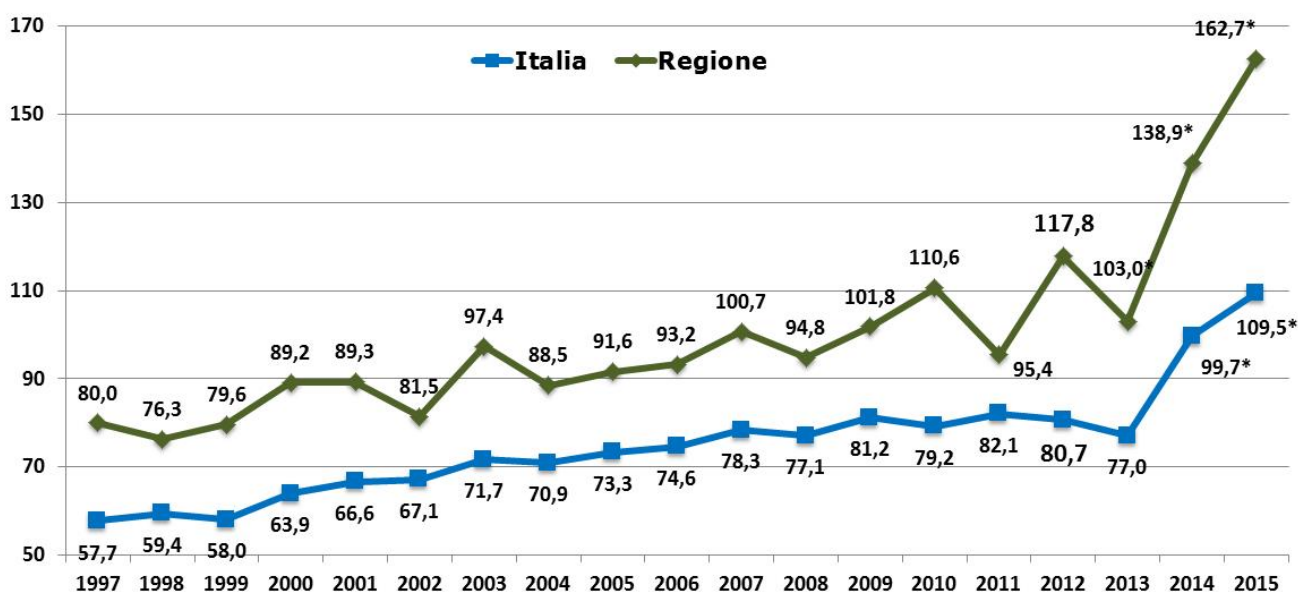


Fonte: elaborazione su dati Istat, I consumi delle famiglie.

La spesa media mensile delle famiglie per i “pasti fuori casa”

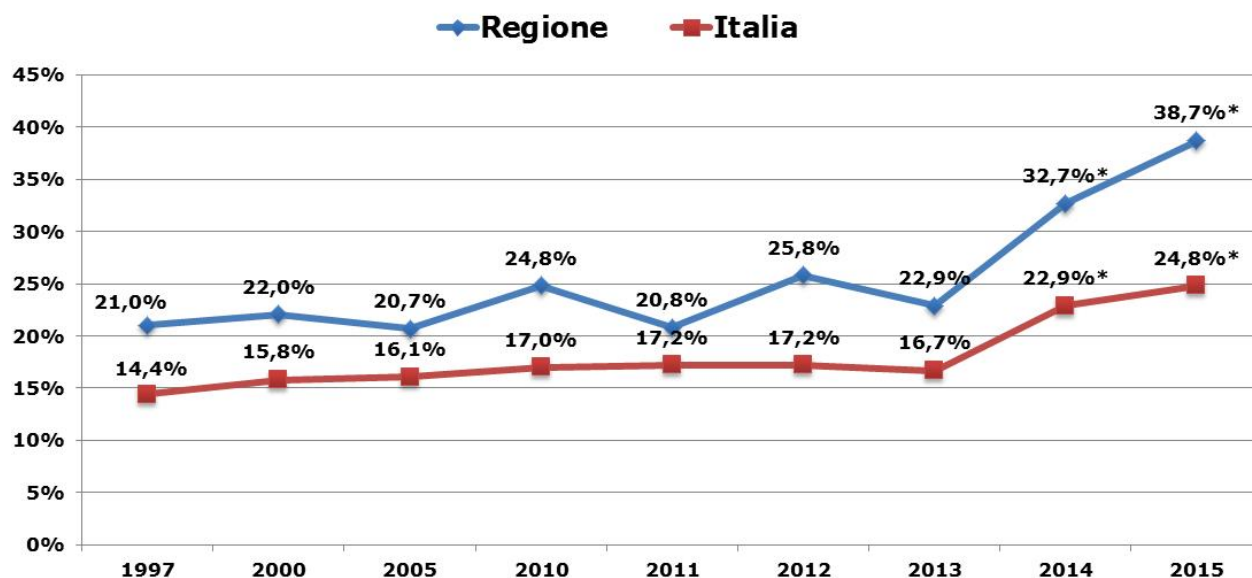
Riguardo alla spesa media mensile delle famiglie per i pasti fuori casa, per le motivazioni già richiamate in premessa., il confronto fra i dati è possibile in modo credibile solo fra 2014 e 2015, mentre gli anni precedenti sono comunque utili per verificare andamenti e tendenze. Nel 2015 la spesa media mensile delle famiglie emiliano-romagnole per i pasti fuori casa sale a 162,7 euro contro i 109,5 del dato nazionale, pur in crescita di quasi 10 euro, e ai 138,9 del dato regionale 2014. Rimane elevata la differenza fra il dato regionale e quello nazionale, come si può notare nel grafico che segue (che si riporta solamente per questo tipo di confronto), ripetendosi nel corso degli anni e avvicinandosi in modo significativo solamente nel 2002 e nel 2011. Questa differenza si registra per le spese effettuate in tutte le tipologie di consumo e raggiunge un divario rilevante nella spesa effettuata nei ristoranti e trattorie (77,5 euro in Emilia-Romagna contro i 49,1 del dato nazionale).

SPESA MEDIA MENSILE DELLE FAMIGLIE PER I PASTI FUORI CASA (SPESA NOMINALE IN EURO)



*I dati riferiti al 2014 e 2015 sono soggetti alla revisione dell'indagine Istat
Fonte: "Il sistema agro-alimentare dell'Emilia-Romagna. Rapporto 2016", Uninocamere Emilia-Romagna.

INDICE DELLA SPESA MEDIA MENSILE DELLE FAMIGLIE PER I PASTI FUORI CASA SULLA SPESA ALIMENTARE (Spesa alimentare=100)



*I dati riferiti al 2014 e 2015 sono soggetti alla revisione dell'indagine Istat
Fonte: "Il sistema agro-alimentare dell'Emilia-Romagna. Rapporto 2016", Uninocamere Emilia-Romagna.

Composizione dei pasti fuori casa in Italia e Emilia-Romagna ANNO 2015

	Italia	Emilia Romagna	Italia	Emilia Romagna
	<i>Spesa in euro</i>	<i>Spesa in euro</i>	<i>%spesa fuori casa</i>	<i>%spesa fuori casa</i>
Bar, pasticcerie, gelaterie, chioschi e ambulanti	28,1	39,7	25,7	24,4
Self-service, tavole calde, fast-food, rosticcerie e pizzerie al taglio senza servizio al tavolo	24,5	33,9	22,3	20,9
Ristoranti, trattorie e osterie con servizio al tavolo	49,1	77,5	44,9	47,6
Distributori automatici	2,3	4,1	2,1	2,5
Mense scolastiche e universitarie	4,6	6,1	4,2	3,7
Mense aziendali	0,9	1,4	0,8	0,8
Totale spesa fuori casa	109,5	162,7	100	100

Composizione dei pasti fuori casa in Italia e Emilia-Romagna ANNO 2014

	Italia	Emilia Romagna	Italia	Emilia Romagna
	<i>Spesa in euro</i>	<i>Spesa in euro</i>	<i>%spesa fuori casa</i>	<i>%spesa fuori casa</i>
Bar, pasticcerie, gelaterie, chioschi e ambulanti	27,0	35,5	27,0	25,5
Self-service, tavole calde, fast-food, rosticcerie e pizzerie al taglio senza servizio al tavolo	23,6	29,1	23,7	21
Ristoranti, trattorie e osterie con servizio al tavolo	42,2	62,8	42,3	45,2
Distributori automatici	2,2	3,7	2,2	2,7
Mense scolastiche e universitarie	4,0	6,6	4,0	4,8
Mense aziendali	0,8	1,2	0,8	0,9
Totale spesa fuori casa	99,7	138,9	100	100

**INDAGINE SUI CONSUMI ALIMENTARI
FUORI CASA AI RESIDENTI
IN EMILIA ROMAGNA.
*Anno 2017***

La colazione fuori casa

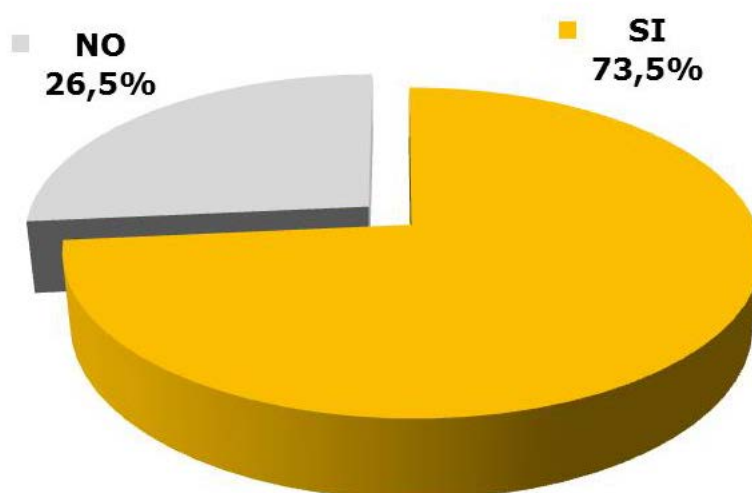
La prima parte dell'indagine sui consumi alimentari fuori casa, condotta su un campione di 702 cittadini maggiorenni residenti nella regione Emilia-Romagna era dedicata a verificare frequenza, tipologia di locali frequentati e spesa pro-capite in riferimento alle principali occasioni di consumo dei pasti fuori casa: colazione, pranzo (funzionale e conviviale) e cena.

In riferimento alla colazione, l'indagine ha messo in evidenza come il **73,5%** degli intervistati consuma "**almeno una volta al mese**" la colazione fuori casa (in particolare il **43,9%** "*almeno una volta la settimana*", il **4,6%** "*tutti i giorni*") mentre al rimanente **26,5%**, in un mese, normalmente «**non capita mai**» di fare la colazione fuori casa. **La frequenza media**, per la colazione fuori casa, è **di 1,9 volte a settimana**.

Il luogo preferito per consumare la colazione continua ad essere il «**bar/pasticceria**» così come indicato dal **95,9%** del campione.

La **spesa media a persona per la colazione fuori casa** è pari a **3,05 €** con un incremento di 16 centesimi rispetto al 2016 (2,89 €). Nel 2011 la spesa era risultata pari a 2,68 € e nel 2014 a 2,80 €

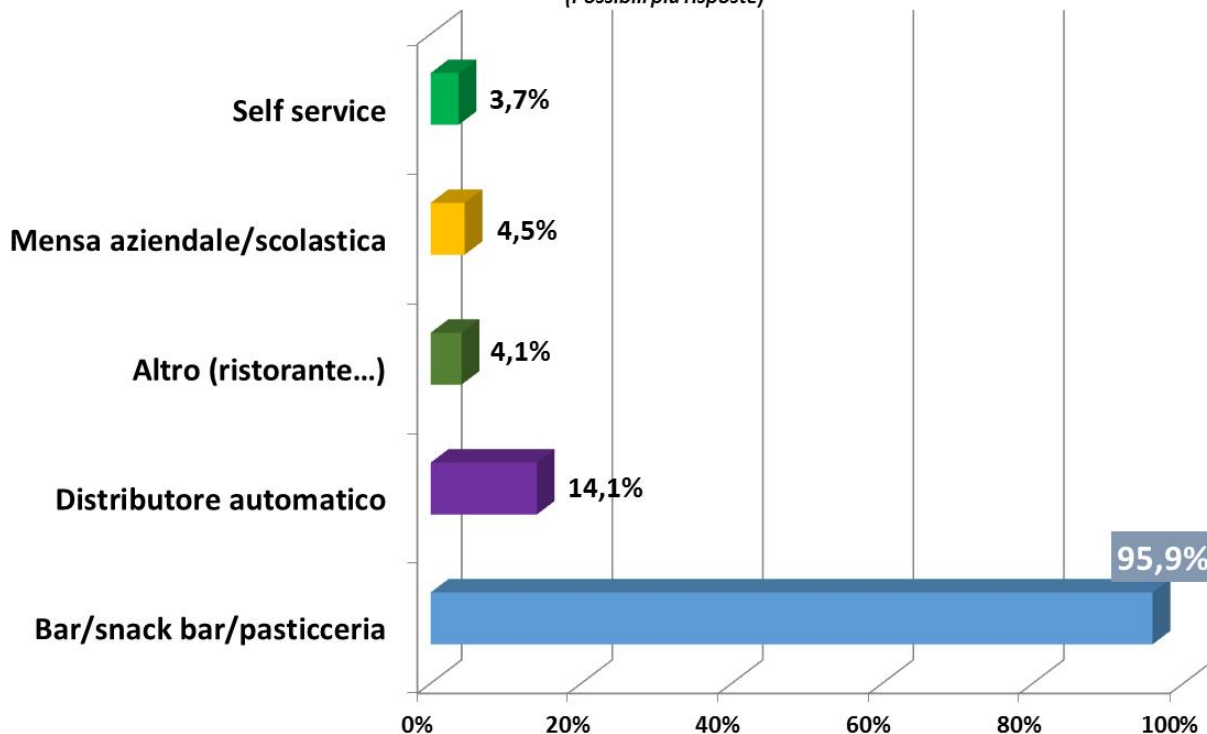
IN UN NORMALE MESE, LE CAPITA DI CONSUMARE LA COLAZIONE FUORI CASA?



QUANTE VOLTE, IN UN NORMALE MESE, CONSUMA LA COLAZIONE FUORI CASA?	
Mai	26,5%
1 volta al mese	11,0%
2 volte al mese	9,3%
3 volte al mese	9,3%
1 volta a settimana	15,1%
2 volte a settimana	8,8%
3 volte a settimana	6,8%
4 volte a settimana	3,8%
5 volte a settimana	4,1%
6 volte a settimana	0,7%
Tutti i giorni	4,6%
FREQUENZA MEDIA SETTIMANALE DELLA COLAZIONE FUORI CASA	1,9

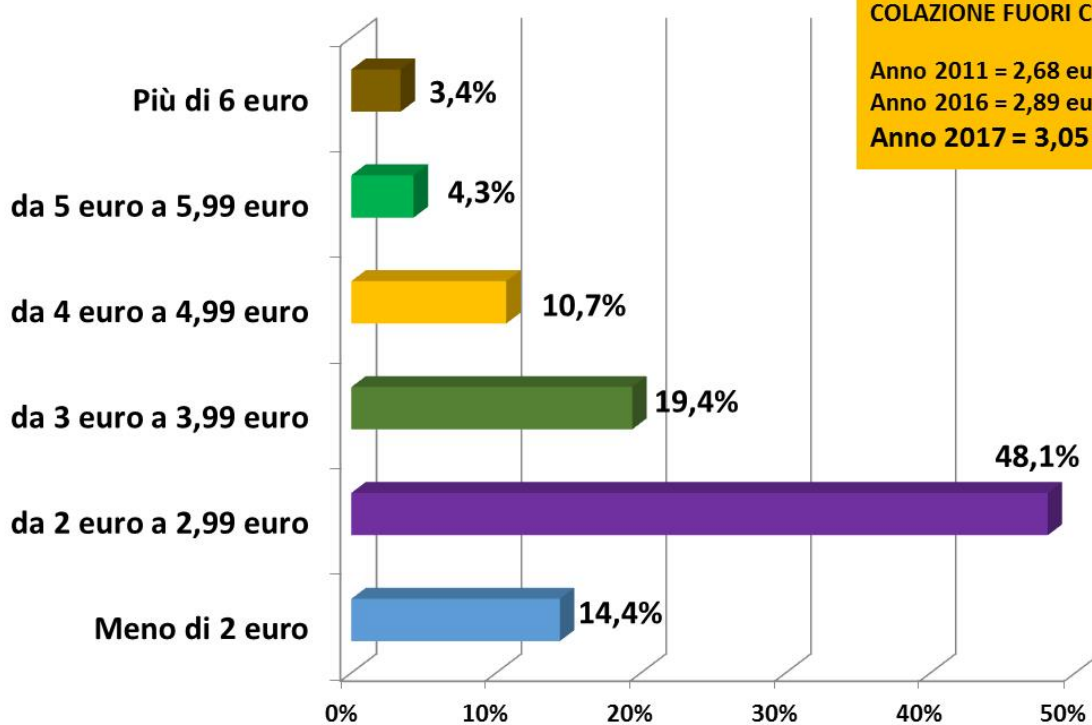
DOVE CONSUMA LA COLAZIONE FUORI CASA

(Possibili più risposte)



QUANTO SPENDE MEDIAMENTE PER LA COLAZIONE FUORI CASA

Prezzo medio per persona



SPESA MEDIA
COLAZIONE FUORI CASA

Anno 2011 = 2,68 euro
Anno 2016 = 2,89 euro
Anno 2017 = 3,05 euro

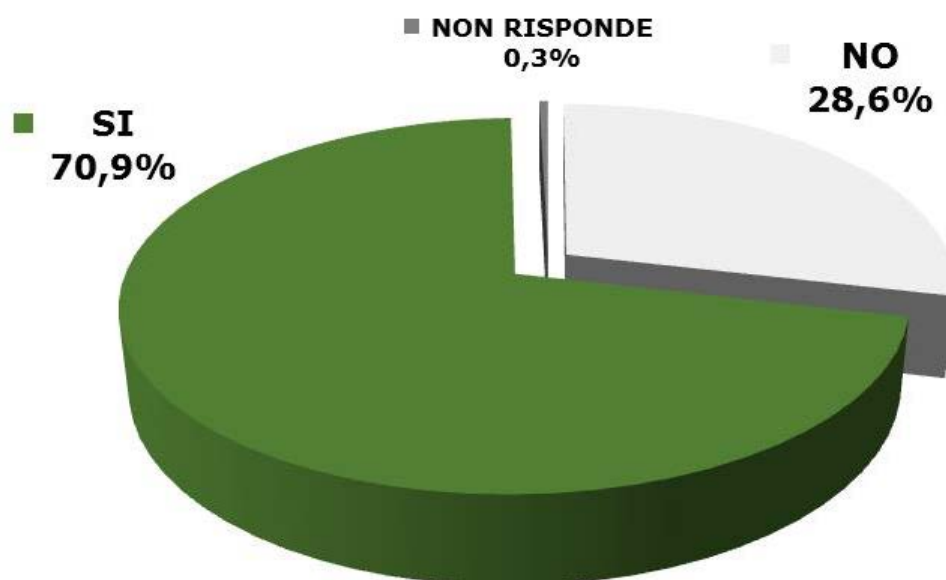
Il pranzo FUNZIONALE fuori casa

Il pranzo funzionale è quello legato a impegni di lavoro o studio, che costringe, quindi, le persone a consumare il pranzo fuori dalle mura domestiche. Il 70,9% del campione è costretto a mangiare fuori casa almeno una volta al mese a pranzo e il 48,3% almeno una volta a settimana. Il 3,1% pranza fuori casa tutti i giorni e **la frequenza media settimanale è di 2,5 volte.**

I luoghi più frequentati dal campione sono il “**ristorante/trattoria**” (34,1%) e il “**bar**” (33,3%).

La **spesa media** a persona per il pranzo funzionale è pari a 8,58 €, praticamente sullo stesso livello del 2016 (8,51 €) e non molto distante dal 2011 (8,46 €).

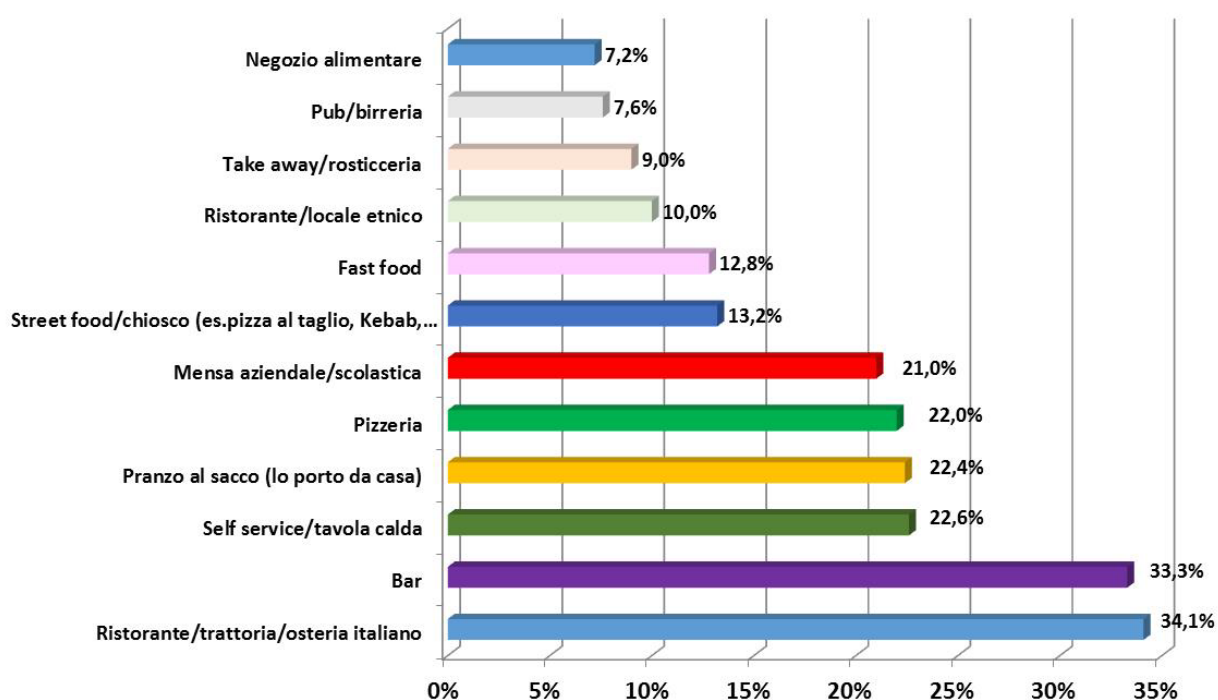
IN UN NORMALE MESE, LE CAPITA DI CONSUMARE IL PRANZO FUORI CASA PER MOTIVI DI LAVORO/STUDIO?



QUANTE VOLTE, IN UN NORMALE MESE, CONSUMA IL PRANZO FUORI CASA, PER MOTIVI FUNZIONALI?

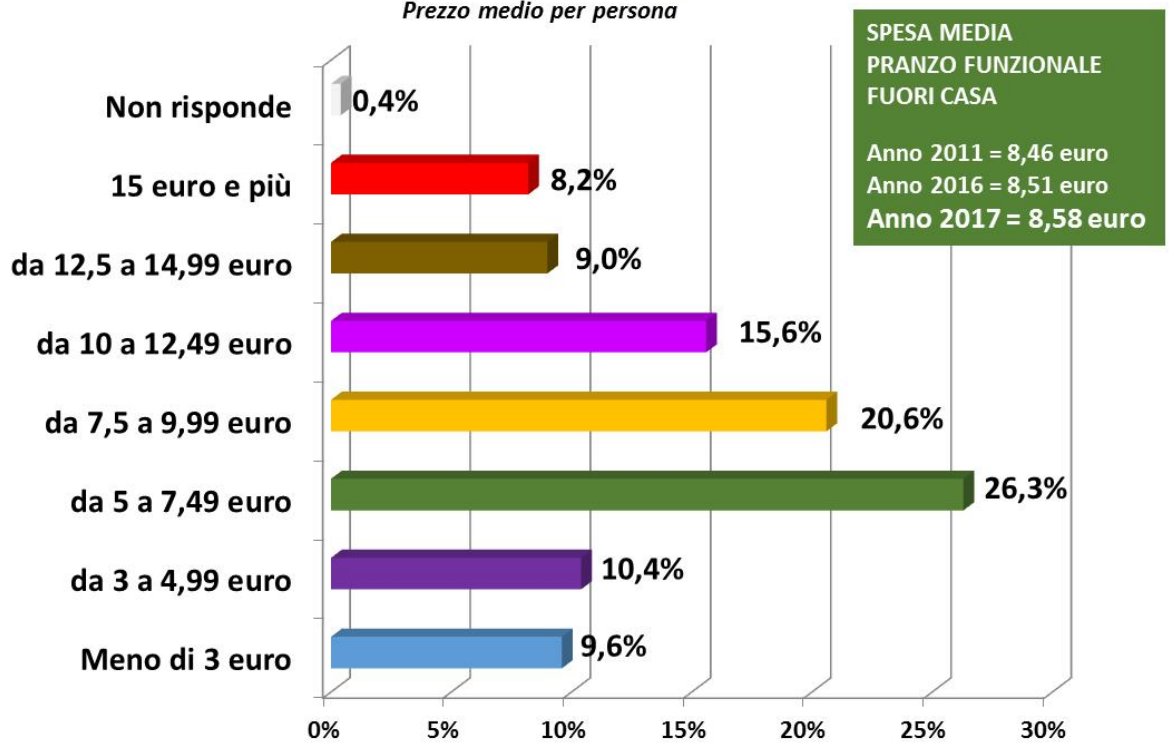
Mai	28,6%
1 volta al mese	9,8%
2 volte al mese	5,7%
3 volte al mese	7,0%
1 volta a settimana	10,8%
2 volte a settimana	8,4%
3 volte a settimana	7,0%
4 volte a settimana	3,4%
5 volte a settimana	15,2%
6 volte a settimana	0,4%
Tutti i giorni	3,1%
Non saprei/ non risponde	0,4%
FREQUENZA MEDIA SETTIMANALE DEL PRANZO FUNZIONALE FUORI CASA	2,5

DOVE CONSUMA IL PRANZO FUORI CASA PER MOTIVI DI LAVORO/STUDIO? *(Possibili più risposte)*



QUANTO SPENDE MEDIAMENTE PER PRANZO FUORI CASA PER MOTIVI DI LAVORO/STUDIO?

Prezzo medio per persona



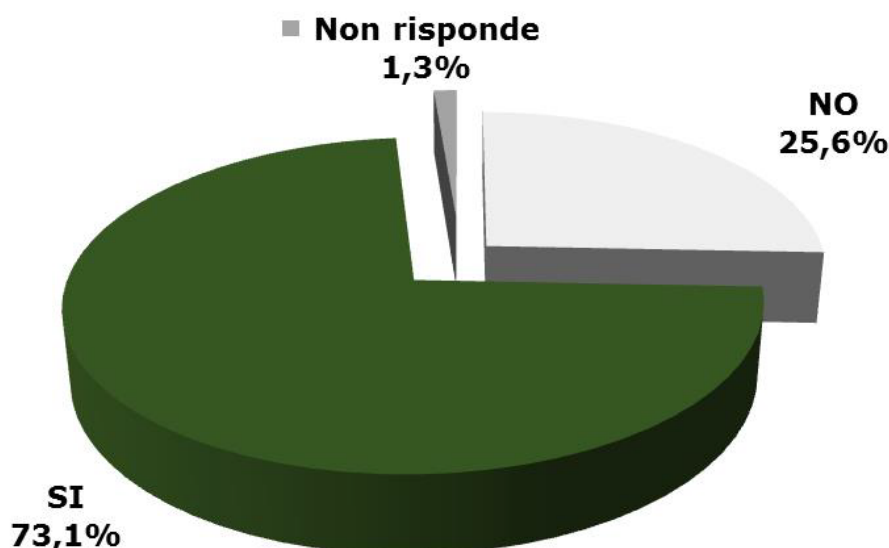
Il pranzo CONVIVIALE fuori casa

Il 73,1% del campione **pranza fuori casa per motivi conviviali** almeno una volta al mese e il 21,2% lo fa almeno una volta alla settimana. La **frequenza settimanale** è pari a 0,8 volte.

Il “**Ristorante**” è il luogo privilegiato per questo tipo di pranzo (70,7%), seguito dalla “**Pizzeria**” (37,5%).

La **spesa media a persona** per il pranzo conviviale fuori casa, è di 20,54 € (era di 19,73 € nel 2016 e di 19,32 € nel 2011).

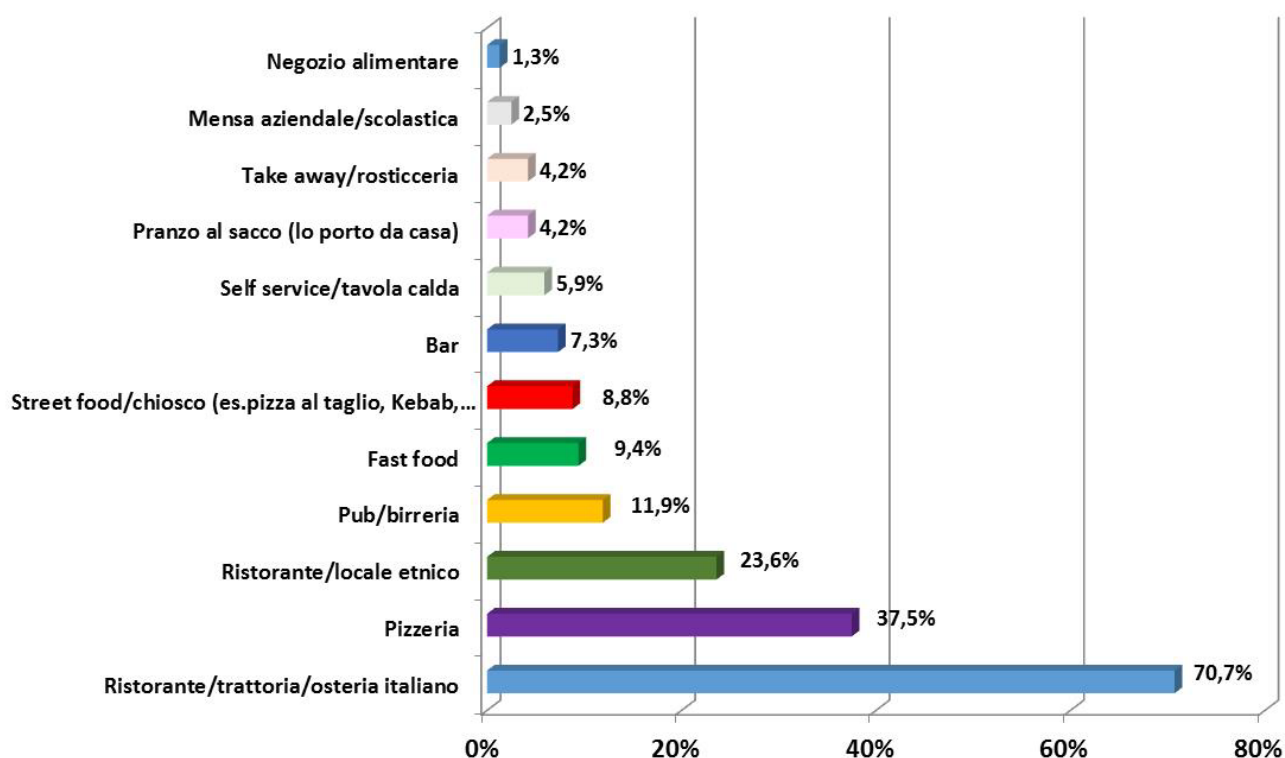
IN UN NORMALE MESE, LE CAPITA DI CONSUMARE **IL PRANZO FUORI CASA** PER MOTIVI CONVIVIALI?



QUANTE VOLTE, IN UN NORMALE MESE, CONSUMA
IL PRANZO FUORI CASA, PER MOTIVI CONVIVALI?

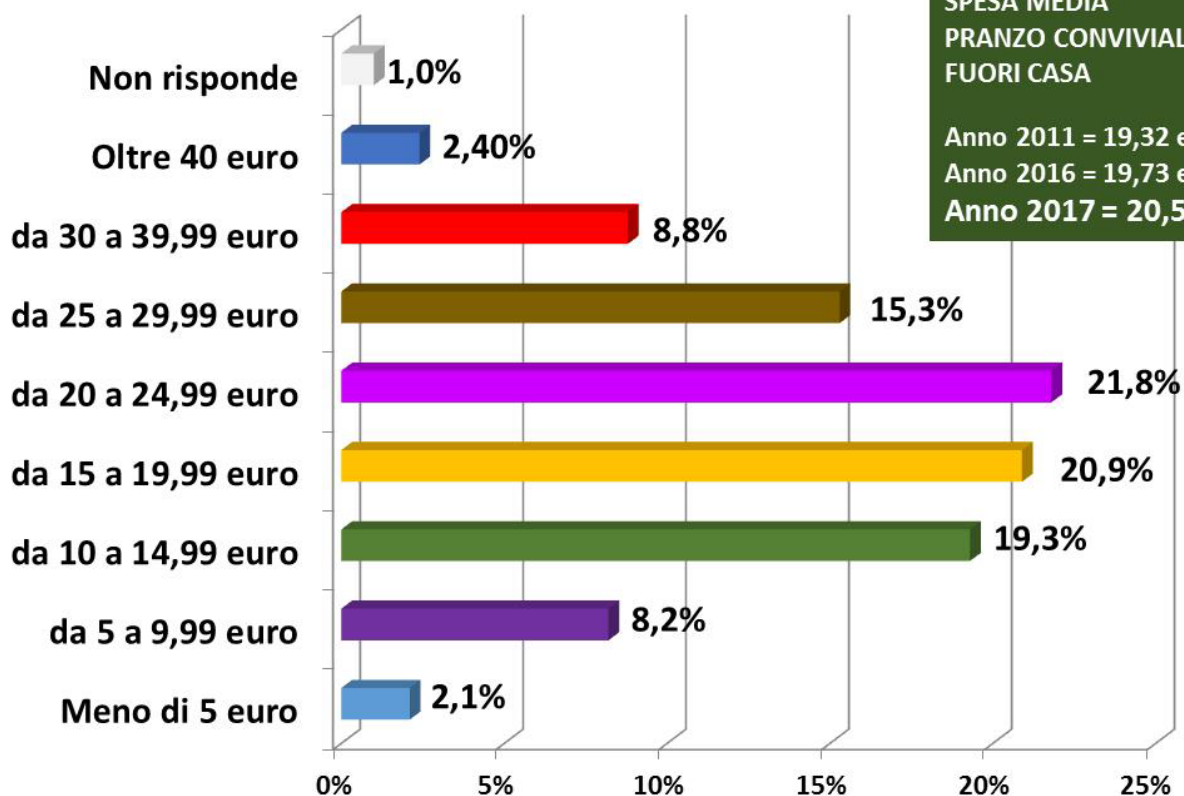
Mai	25,6%
1 volta al mese	26,2%
2 volte al mese	15,1%
3 volte al mese	10,7%
1 volta a settimana	13,4%
2 volte a settimana	3,6%
3 volte a settimana	1,9%
4 volte a settimana	0,9%
5 volte a settimana	0,7%
6 volte a settimana	0,1%
Tutti i giorni	0,6%
Non saprei/ non risponde	1,3%
FREQUENZA MEDIA SETTIMANALE DEL PRANZO CONVIVIALE FUORI CASA	0,8

DOVE CONSUMA IL PRANZO FUORI CASA PER MOTIVI CONVIVIALI? *(Possibili più risposte. Somma delle citazioni)*



QUANTO SPENDE MEDIAMENTE PER PRANZO FUORI CASA PER MOTIVI CONVIVIALI?

Prezzo medio per persona



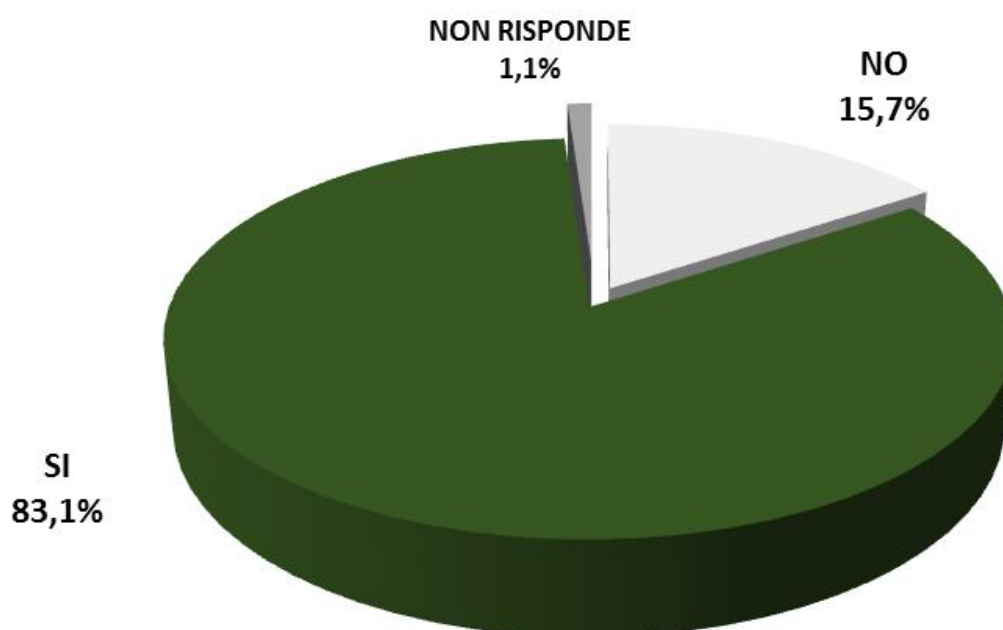
La CENA fuori casa

L'83,1% degli intervistati dichiara di cenare fuori casa “**almeno una volta al mese**”, il 30,3% dichiara di cenare fuori casa almeno una volta alla settimana, mentre la frequenza media settimanale è pari a 0,9 volte.

Ristoranti e trattorie sono i luoghi preferiti (65,2%), seguiti dalla **pizzeria** (60%). Il giorno preferito è il sabato, seguito dal venerdì.

La **spesa media per persona per la cena** fuori casa, è di **22,01 €** era 21,07 nel 2016 e di 20,56 nel 2011.

IN UN NORMALE MESE, LE CAPITA DI CONSUMARE **LA CENA FUORI CASA ?**



QUANTE VOLTE, IN UN NORMALE MESE, CONSUMA LA CENA FUORI CASA?

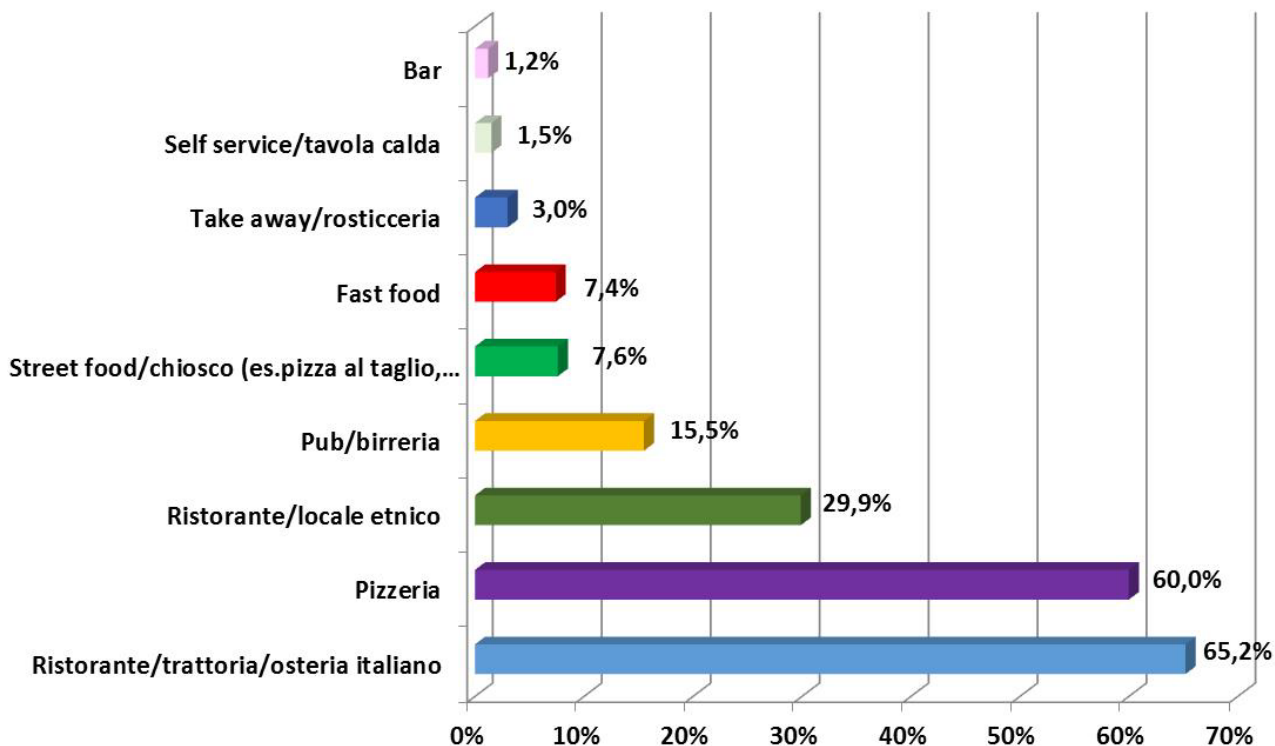
Mai	15,7%
1 volta al mese	20,5%
2 volte al mese	19,5%
3 volte al mese	12,8%
1 volta a settimana	19,7%
2 volte a settimana	6,3%
3 volte a settimana	3,1%
4 volte a settimana	0,7%
5 volte a settimana	0,1%
6 volte a settimana	0,1%
Tutti i giorni	0,3%
Non saprei/ non risponde	1,1%
FREQUENZA MEDIA SETTIMANALE DELLA CENA FUORI CASA	0,9

Solitamente in quale giorno della settimana le capita piu' frequentemente di consumare la cena fuori casa?

Lunedì	1,4%
Martedì	1,5%
Mercoledì	2,7%
Giovedì	3,2%
Venerdì	17,6%
Sabato	47,5%
Domenica	8,3%
Indifferente, dipende dall'occasione	17,9%
Totale	100%

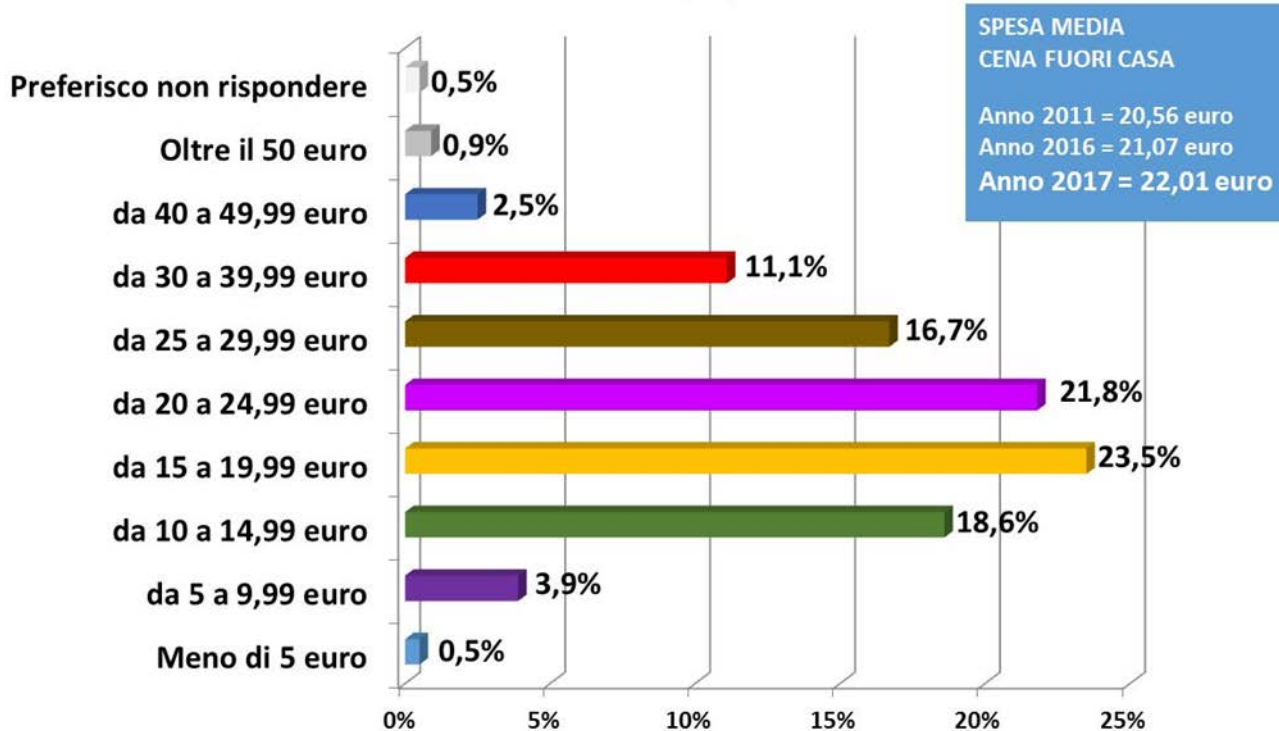
DOVE CONSUMA LA CENA FUORI CASA?

(Possibili più risposte. Somma delle citazioni)



QUANTO SPENDE MEDIAMENTE PER LA CENA FUORI CASA ?

Prezzo medio per persona



Pranzo funzionale, conviviale e cena: portate e bevande

Il pranzo FUNZIONALE fuori casa

La seconda parte dell'indagine, mirava a far emergere la composizione, in termini di portate del pranzo (conviviale e funzionale) e della cena fuori casa e il tipo di bevanda con cui si accompagnano.

Le risposte ottenute, indicano che il pranzo funzionale (di lavoro/studio) consiste:

- per il **26,3%** in un “piatto unico”;
- per il **25,5%** del campione, in “**una sola portata**”;
- per il **21,8%** in “**un panino**”.

Per quel che riguarda le bevande:

- il **50,3%** per il pranzo funzionale preferisce bere “**solo acqua**”
- il **27,5%** bevande analcoliche;
- il **10,6%** accompagna il pranzo con “**birra**”;
- il **10,2%** accompagna il pranzo con “**vino**”.

Il pranzo CONVIVIALE fuori casa

Per quanto riguarda il pranzo conviviale, questo, in termine di portate, continua ad essere più “consistente” rispetto a quello funzionale e si traduce:

- in “**due portate**” per il **35,8%** del campione;
- in “**una portata**” per il **18,2%**;
- in un “**pasto completo**” per il 16,9%.

Per qual che riguarda le bevande:

- il “**vino**” è scelto dal **41,4%** del campione;
- la “**birra**” dal **21,8%** degli intervistati;
- mentre le “**bevande analcoliche**” dal’ 17,4%.

La CENA fuori casa

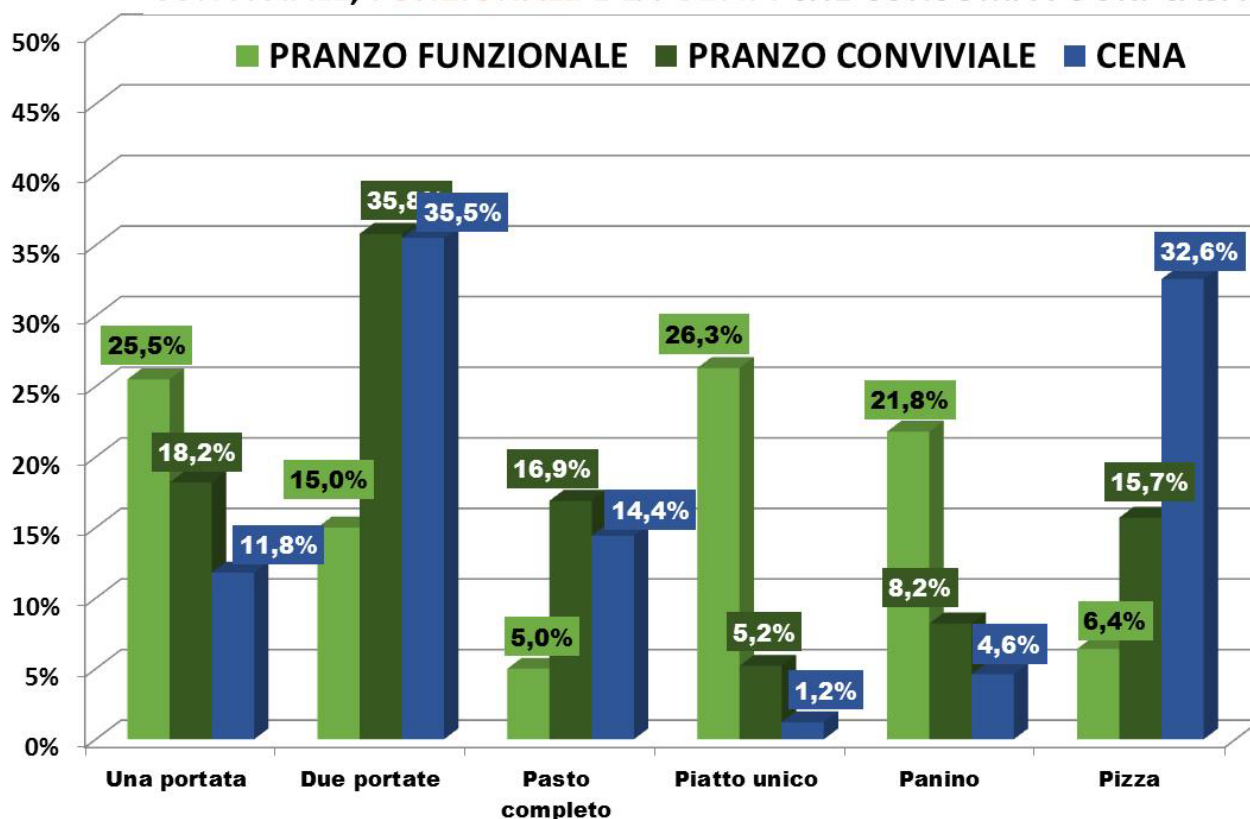
Solitamente la cena fuori casa consiste :

- in “**due portate**” per il 35,5% del campione;
- nella “**pizza**” per il 23,6% del campione;
- in “**un pasto completo**” per il 14,4% del campione.

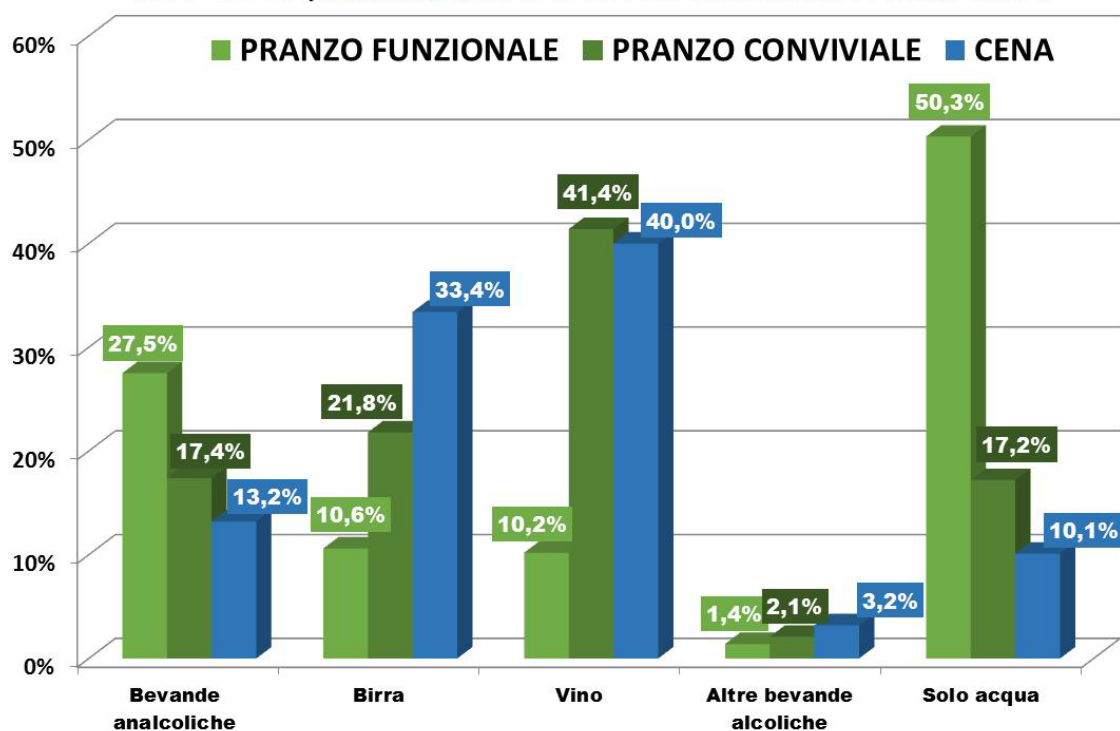
Per quel che riguarda le bevande:

- Il “**vino**” è scelto dal 40% degli intervistati ;
- la “**birra**” dal 33,4%;
- Le “**bevande analcoliche**” dal 13,2%.

DA QUALI PORTATE E' COMPOSTO SOLITAMENTE IL PRANZO CONVIVIALE, FUNZIONALE E LA CENA CHE CONSUMA FUORI CASA?



COSA BEVE SOLITAMENTE DURANTE IL PRANZO CONVIVIALE, FUNZIONALE E CENA CHE CONSUMA FUORI CASA?



I pasti da asporto

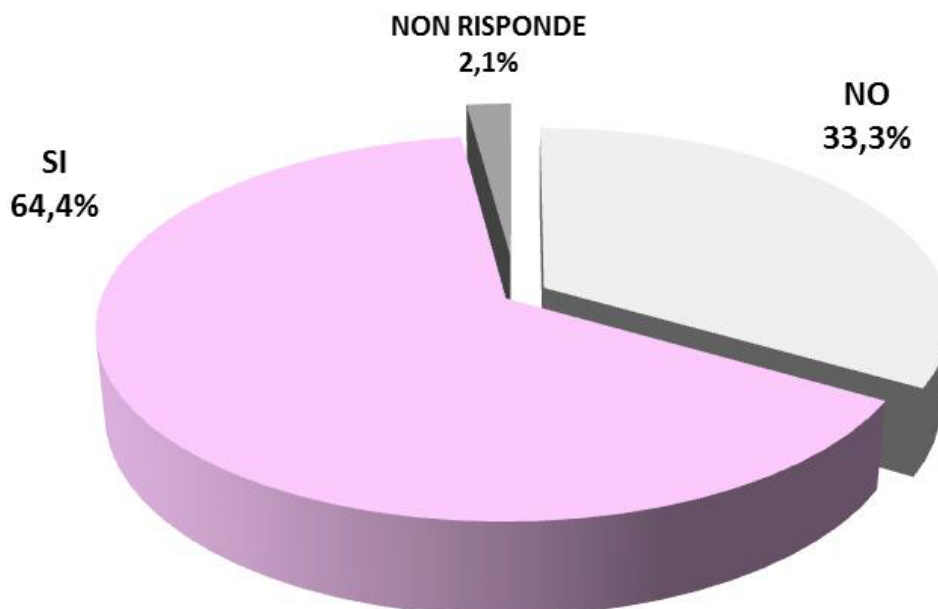
La terza sezione del questionario era dedicata al pasto da asporto, fenomeno di moda e interessante da monitorare.

Il 64,4% del campione ordina «**almeno una volta al mese**» un pasto da asporto; in particolare circa il **54,7%** con una frequenza di “**una o due volte al mese**” e il 16,7% con una «**frequenza settimanale**».

Il **telefono** continua ad essere lo strumento più utilizzato per ordinare il pasto da asporto (65%), in alternativa al recarsi direttamente sul posto (22,9%) o a internet (12,2%).

La **spesa media** per un «pasto da asporto» è di **8,75 €**, praticamente sempre sugli stessi livelli a partire dal 2015.

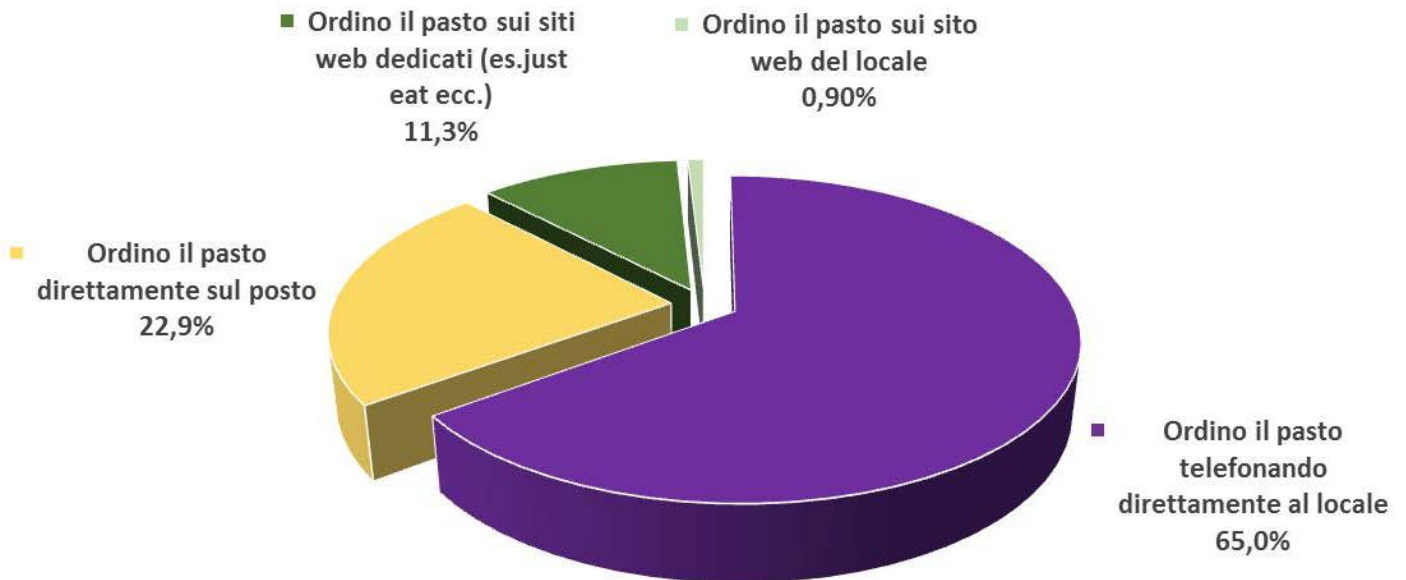
IN UN NORMALE MESE, LE CAPITA DI ORDINARE UN **PASTO DA ASPORTO?**



QUANTE VOLTE, IN UN NORMALE MESE, ORDINA UN PASTO D'ASPORTO?

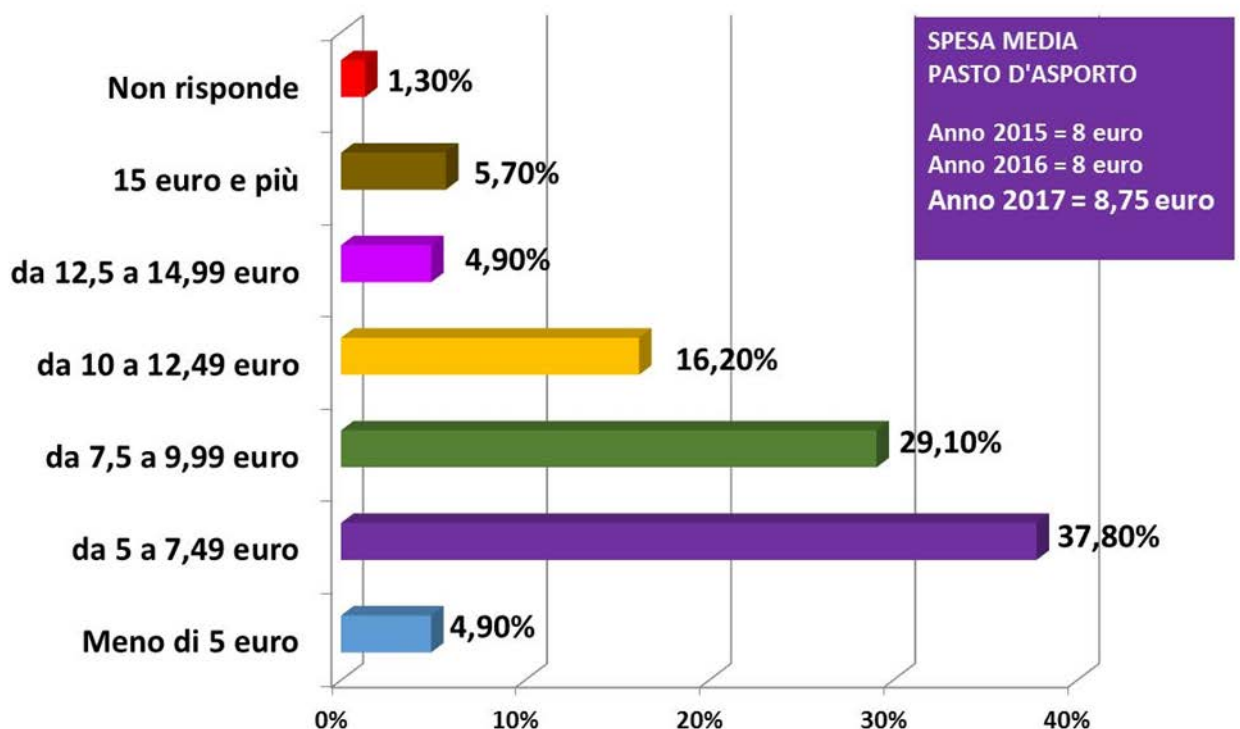
Mai	33,3%
1 volta al mese	21,4%
2 volte al mese	16,7%
3 volte al mese	9,5%
1 volta a settimana	12,5%
2 volte a settimana	2,4%
3 volte a settimana	1,3%
4 volte a settimana	0,4%
5 volte a settimana	0,1%
6 volte a settimana	
Tutti i giorni	0,1%
Non saprei/ non risponde	2,1%
FREQUENZA MEDIA SETTIMANALE ORDINE UN PASTO D'ASPORTO	0,7

CON QUALE STRUMENTO SOLITAMENTE ORDINA UN PASTO D'ASPORTO?



QUANTO SPENDE MEDIAMENTE PER UN PASTO D'ASPORTO?

Prezzo medio per persona



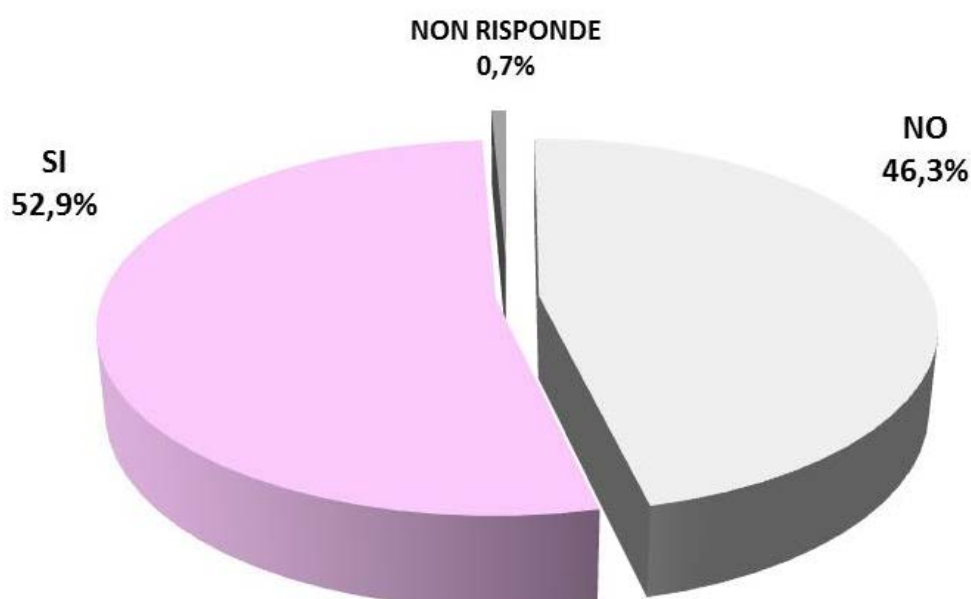
L'aperitivo e il dopo cena fuori casa

Le ultime domande erano dedicate all'aperitivo, termine che non solo definisce una modalità di preparazione e consumo di bevande alcoliche o preparati a base di bevande alcoliche ma, ormai identifica un vero e proprio momento della giornata dedicato alla consumazione.

Il **52,9%** degli intervistati dichiara di consumare l'aperitivo o il dopocena fuori casa **“almeno una volta al mese”** (nel 2011 era il 43,1%); il 21,7% **“almeno una volta la settimana”**.

La **spesa media per persona è di 7,58 euro** (era di 7,55 nel 2016 e di euro 6,7 nel 2011).

IN UN NORMALE MESE, LE CAPITA DI CONSUMARE **L'APERITIVO FUORI CASA?**

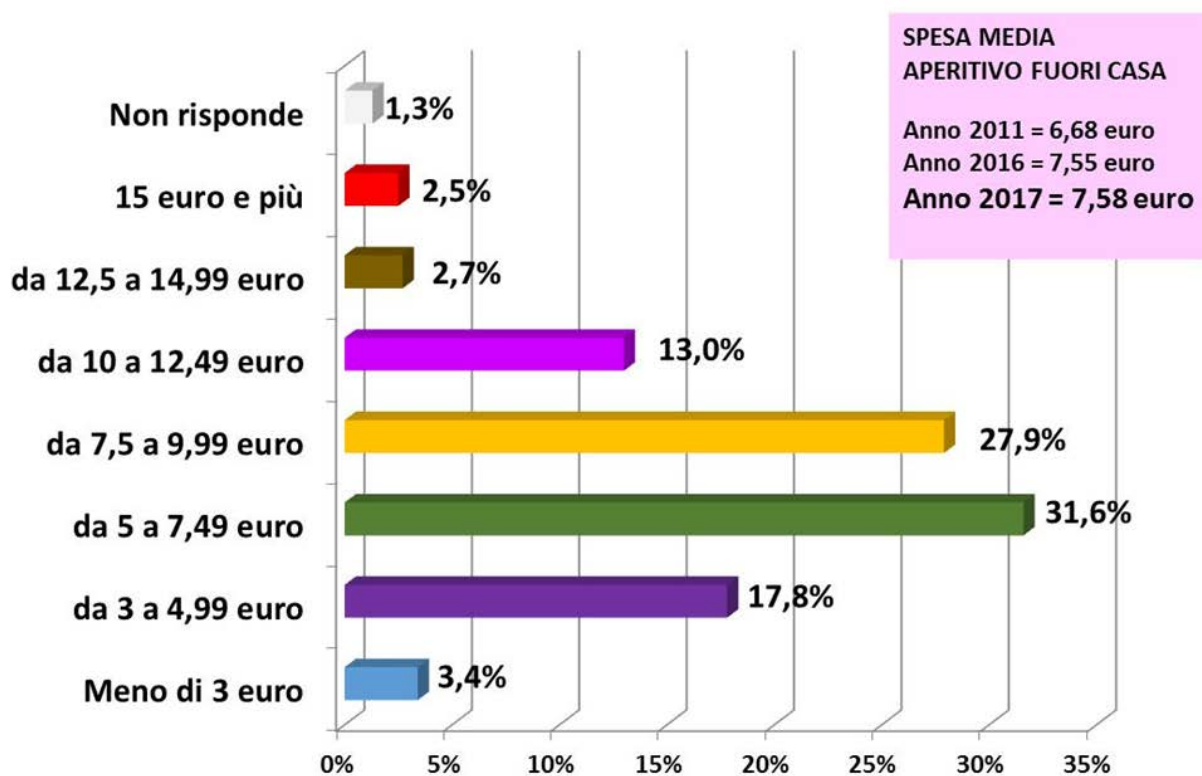


QUANTE VOLTE, IN UN NORMALE MESE, CONSUMA L'APERITIVO FUORI CASA?

Mai	46,3%
1 volta al mese	14,7%
2 volte al mese	9,8%
3 volte al mese	6,7%
1 volta a settimana	12,8%
2 volte a settimana	4,8%
3 volte a settimana	2,8%
4 volte a settimana	0,6%
5 volte a settimana	
6 volte a settimana	0,1%
Tutti i giorni	0,6%
Non saprei/ non risponde	0,7%
FREQUENZA MEDIA SETTIMANALE APERITIVO FUORI CASA	1,0

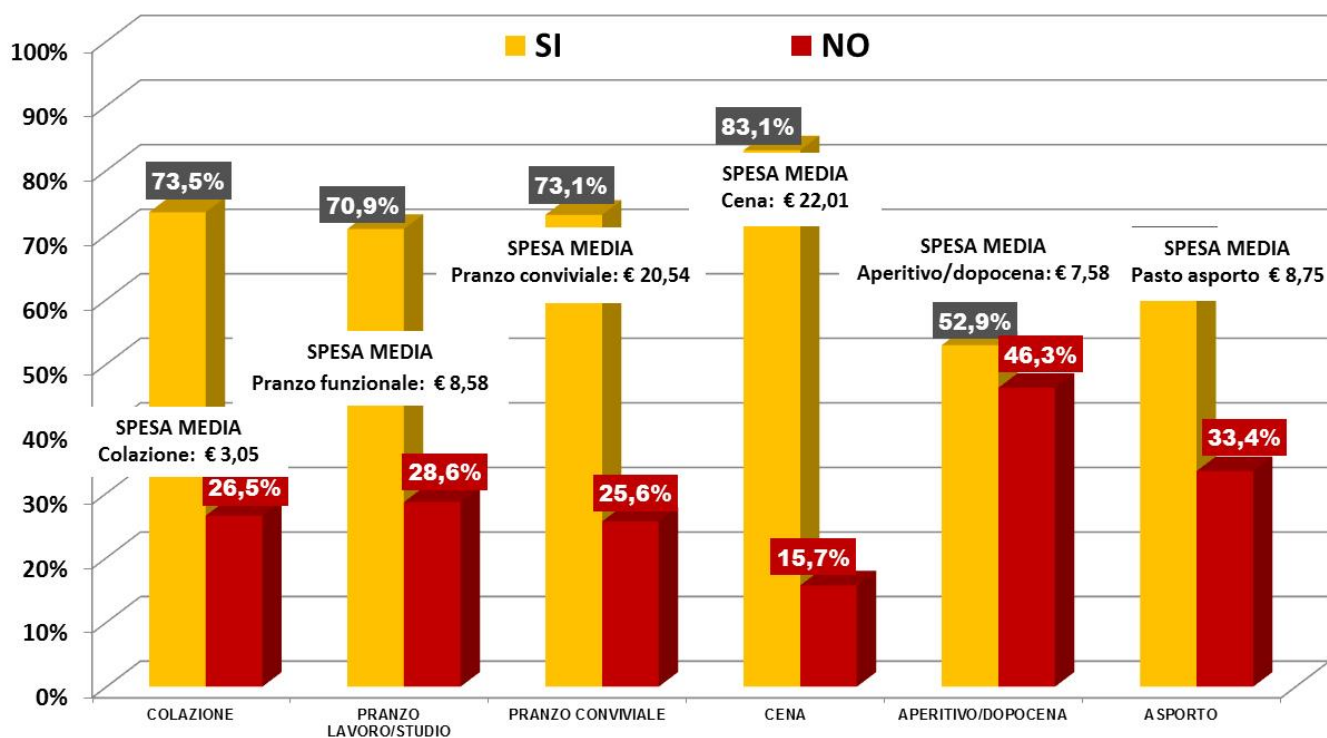
QUANTO SPENDE MEDIAMENTE PER L'APERITIVO FUORI CASA?

Prezzo medio per persona



Grafici di sintesi

IN UN NORMALE MESE CONSUMA FUORI CASA:



2015 - QUANTE VOLTE, IN UN NORMALE MESE, CONSUMA FUORI CASA:

	LA COLAZIONE	IL PRANZO LAVORO/STUDIO	IL PRANZO CONVIVIALE	LA CENA	PASTO DA ASPORTO	APERITIVO DOPOCENA
Mai	26,5%	28,6%	25,6%	15,7%	33,3%	46,3%
1 volta al mese	11,0%	9,8%	26,2%	20,5%	21,4%	14,7%
2 volte al mese	9,3%	5,7%	15,1%	19,5%	16,7%	9,8%
3 volte al mese	9,3%	7,0%	10,7%	12,8%	9,5%	6,7%
1 volta a settimana	15,1%	10,8%	13,4%	19,7%	12,5%	12,8%
2 volte a settimana	8,8%	8,4%	3,6%	6,3%	2,4%	4,8%
3 volte a settimana	6,8%	7,0%	1,9%	3,1%	1,3%	2,8%
4 volte a settimana	3,8%	3,4%	0,9%	0,7%	0,4%	0,6%
5 volte a settimana	4,1%	15,2%	0,7%	0,1%	0,1%	
6 volte a settimana	0,7%	0,4%	0,1%	0,1%		0,1%
Tutti i giorni	4,6%	3,1%	0,6%	0,3%	0,1%	0,6%
Non saprei/ non risponde		0,4%	1,3%	1,1%	2,1%	0,7%
FREQUENZA MEDIA SETTIMANALE	1,9	2,5	0,8	0,9	0,7	1,0

WEB e CONDIVISIONE

L'ultima sezione del questionario era dedicata ad approfondire il tema dell'utilizzo dei *social media* in relazione al consumo di pasti fuori casa, per cercare di comprendere le modalità di utilizzo di questi strumenti e il livello di condizionamento che esercitano sui comportamenti d'acquisto delle persone.

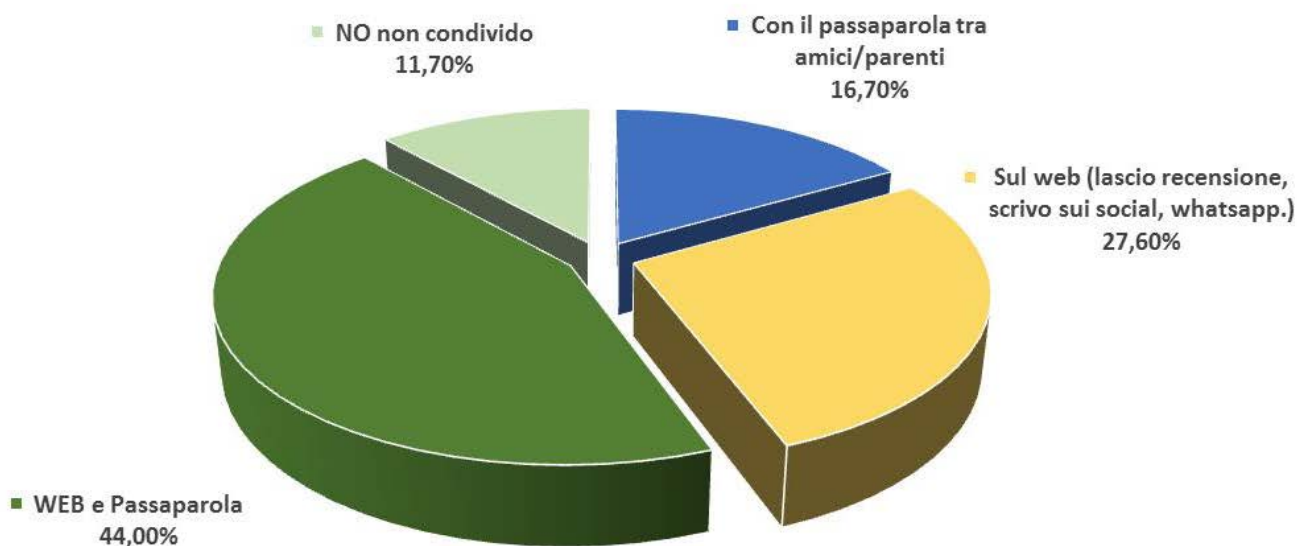
Questa sezione non era presente nelle rilevazioni dello scorso anno.

La prima domanda poneva subito il tema della condivisione dell'esperienza, partendo dall'osservazione del fenomeno crescente delle recensioni e del tema più consolidato della grande efficacia che il 'passaparola' ha sempre avuto nelle tecniche di comunicazione.

Il primo dato che emerge è che solamente un dodici per cento scarso di persone non condivide la propria esperienza (11,7%). La gastronomia si conferma, quindi, come un elemento importante di socializzazione.

Fra chi condivide, il web ha un ruolo decisamente importante: il **71,6%** degli intervistati, lo utilizza, in via esclusiva (27,6%) o meno.

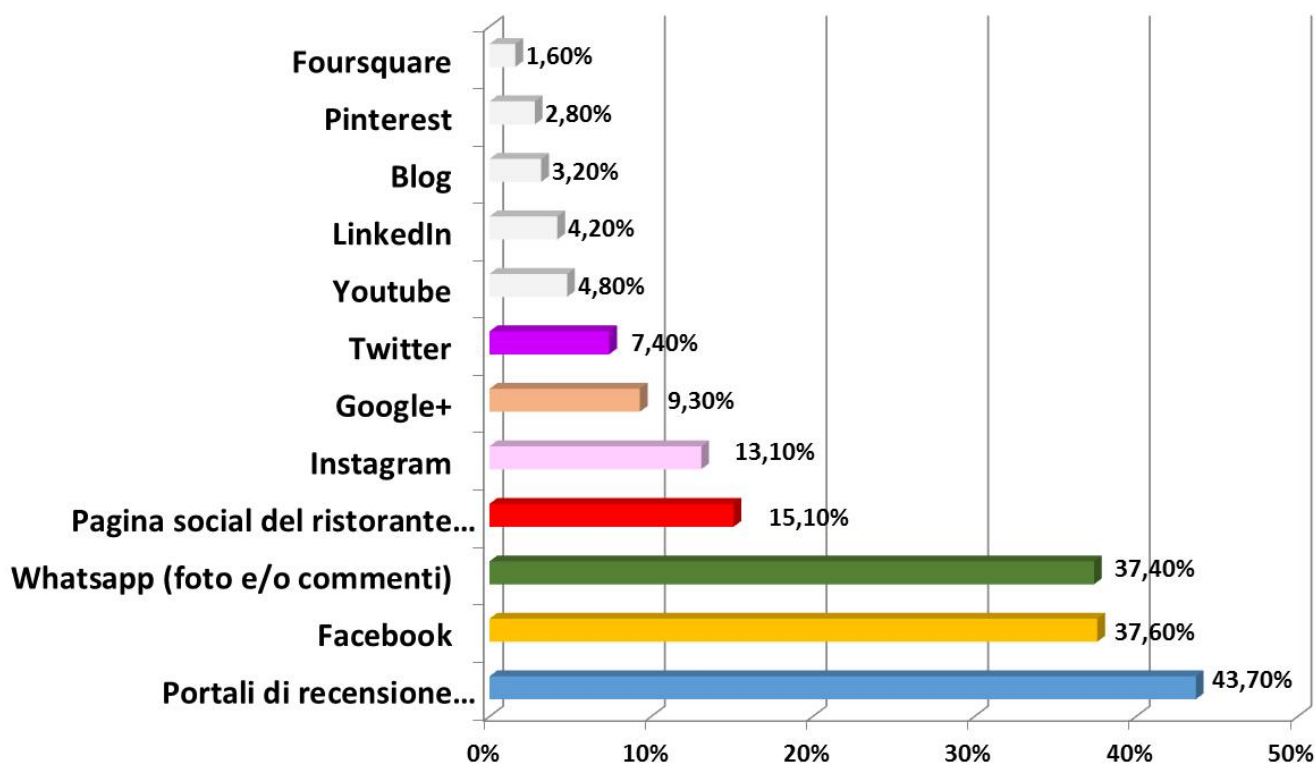
SOLITAMENTE **CONDIVIDE L'ESPERIENZA** FATTA AL RISTORANTE?



Per quanto riguarda gli strumenti che maggiormente vengono utilizzati per la condivisione, le indicazioni sono per i portali di recensioni (TripAdvisor in primo luogo), Facebook e Whatsapp. Nei primi due casi ci troviamo di fronte a condivisioni rivolte a un pubblico più ampio e, in parte, non conosciuto all'autore, mentre per quanto riguarda Whatsapp i destinatari delle recensioni sono conosciuti e già in un qualche rapporto di confidenza con l'autore. È interessante notare, però, come la gamma di strumenti *social* utilizzata sia ampia e riguardi molti strumenti con caratteristiche differenti fra di loro.

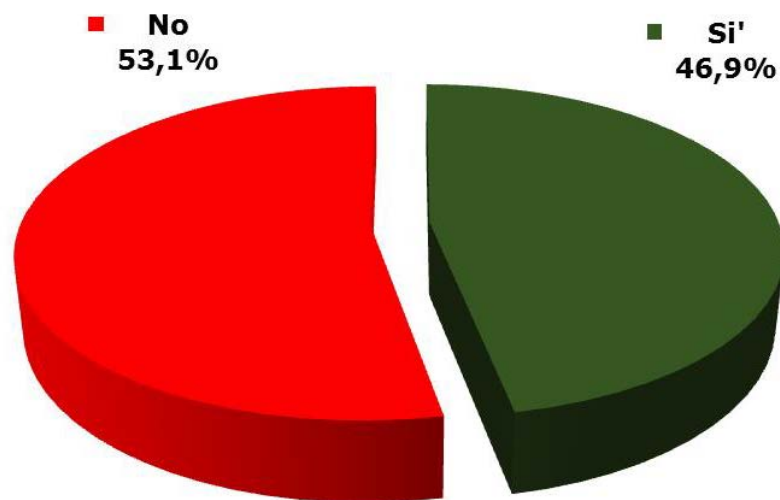
DOVE CONDIVIDE SUL WEB LA SUA ESPERIENZA?

(Somma citazioni)

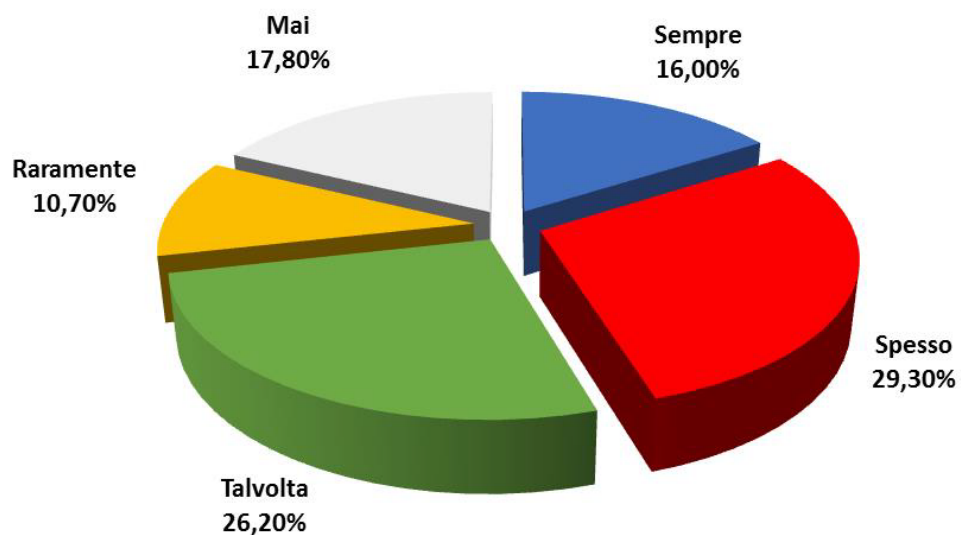


Internet, però, non è solo condivisione ma comincia ad essere utilizzato anche per la prenotazione al posto della classica telefonata (il **46,%** dichiara di averlo fatto) e come fonte di informazione per la localizzazione del posto dove consumare il pasto fuori casa (il **45,3%** lo utilizza sempre o spesso).

E' MAI CAPITATO DI **PRENOTARE UN TAVOLO** IL **PRANZO/LA CENA ONLINE?**



Quando si trova in giro per lavoro/vacanza, le capita di utilizzare strumenti WEB per localizzare i ristoranti nella zona di suo interesse (ad esempio Google maps, Apple maps ecc.)



Le informazioni che a vario titolo sono reperibili sul web, finiscono con l'incidere anche sulle scelte delle persone che decidono di recarsi fuori casa per consumare un pasto: in particolare le recensioni (il **50,4%** dichiara di esserne influenzato in modo 'abbastanza' o 'moltissimo' rilevante con una media di 5,75 su una scala da 1 a 10). Molto più bassa, al contrario, è l'influenza che esercitano gli strumenti direttamente gestiti dall'impresa come il sito o le pagine social aziendali.

Quanto incidono sulla scelta finale del locale dove mangiare le seguenti caratteristiche.

Utilizzi una scala dove 1 = per niente e 10 = moltissimo

	PER NIENTE	POCO	COSÌ COSÌ	ABBASTANZA	MOLTISSIMO	MEDIA
Le recensioni rilasciate da altri utenti su portali di recensioni (es. Tripadvisor)	25,5%	11,8%	12,3%	36,6%	13,8%	5,75
Le informazioni pubblicate sui social media (Facebook, Instagram ...)	39,1%	15,8%	16,4%	22,1%	6,7%	4,62
Le informazioni pubblicate su piattaforme dedicate ai ristoranti	30,9%	18,7%	16,5%	25,8%	8,1%	5,06
Il Sito aziendale del ristorante	29,3%	19,8%	18,4%	25,6%	7,0%	5,04
Le informazioni pubblicate dal ristorante sulle sue pagine social (fan page/Instagram del ristorante...)	36,8%	18,5%	17,5%	21,7%	5,4%	4,63

NOTA METODOLOGIA

- **L'indagine quantitativa "I consumi alimentari fuori casa in Emilia Romagna" è stata realizzata nel mese di maggio 2017.**
- **Il campione è costituito da 702 cittadini maggiorenni residenti in Emilia-Romagna. Tale numerosità campionaria consente di limitare il margine d'errore e garantisce la rappresentatività dell'universo secondo i parametri di sesso, età e provincia di residenza.**
- **Le interviste sono state realizzate con metodo misto C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interview) e CAWI (Computer Assisted Web Interview).**
- **Tutte le interviste sono state effettuate da intervistatori di provata professionalità.**