

RISTORAZIONE

Rapporto Annuale 2017



IMPRESE

Aperture

settore

Prezzi

MENSE & CATERING

RISTORANTI

Consumi CONGIUNTURA

Consistenza

valore aggiunto

Produktivität

consistenza

chiusure

BAR

PUBBLICI ESERCIZI

Competitività

domanda

offerta

Ufficio Studi

RISTORAZIONE

2017

Rapporto Annuale

Il presente Rapporto è stato elaborato con le informazioni disponibili al 31 dicembre 2017

A cura di Luciano Sbraga – *Responsabile Ufficio Studi*

Giulia Romana Erba - *Ufficio studi Fipe*

© 2017 Fipe

*a Gualtiero Marchesi,
intelligenza e umanità della ristorazione italiana*

INDICE

INTRODUZIONE E SINTESI DEI RISULTATI.....	9
1 IL CONTESTO MACROECONOMICO.....	27
1.1 Il contesto internazionale	29
1.2 L'economia italiana	32
1.3 I consumi delle famiglie	35
Approfondimento 1 I consumi per regione	37
1.4 I consumi delle famiglie nella ristorazione.....	40
1.5 La ristorazione italiana nel contesto europeo	42
2 LA CONSISTENZA DELLE IMPRESE	45
2.1 Il settore complessivo	46
2.2 Il comparto bar.....	48
2.3 Il comparto ristorazione.....	50
2.4 Il comparto mense&catering.....	52
2.5 La segmentazione della imprese	54
3 IL MOVIMPRESE.....	55
3.1 Il settore complessivo	56
3.2 Il comparto bar.....	58
3.3 Il comparto ristorazione.....	62
3.4 Il comparto mense&catering.....	65
3.5 Il periodo gennaio-settembre 2017.....	67
4 LE PERFORMANCE ECONOMICHE.....	69
4.2 La congiuntura secondo l'osservatorio Fipe	70
4.1 Il Fatturato delle imprese di ristorazione	73
4.3 Il valore aggiunto	74
4.4 L'occupazione.....	75
4.4.1 Le unità di lavoro	75
4.5 La produttività	79
Approfondimento 2 Le performance delle grandi imprese della ristorazione commerciale	82
4.6 Investimenti, costi e fabbisogni finanziari	84
4.6.1 Il rapporto banca-impresa	87

Approfondimento 3 L'uso della tecnologia nei pubblici esercizi.....	94
4.7 La dinamica dei prezzi nei pubblici esercizi	96
4.7.1 I prezzi nei bar	97
4.7.2 I prezzi nei ristoranti	98
4.7.3 I prezzi nella ristorazione collettiva.....	99
Approfondimento 4 Dinamica dei prezzi per regione	100
4.7.4 Il livello dei prezzi	101
5 GLI ITALIANI E I CONSUMI ALIMENTARI FUORI CASA.....	105
5.1 La colazione	108
5.2 Il pranzo	111
5.3 La cena.....	113
Approfondimento 5 Il pranzo funzionale e i buoni pasto.....	116
Nota tecnica.....	121

INTRODUZIONE E SINTESI DEI RISULTATI

Questo rapporto fa il punto sullo stato dei pubblici esercizi in Italia utilizzando le informazioni disponibili al 31 dicembre 2017.

Un obiettivo che viene perseguito analizzando le principali variabili macro di un settore complesso quale è quello della ristorazione senza trascurare, tuttavia, anche alcuni fenomeni micro come, ad esempio, quello relativo alla dinamica dei prezzi di alcuni prodotti di punta del consumo alimentare fuori casa. Domanda ed offerta sono gli spazi che formano il campo dell'indagine con informazioni generalmente tra le più aggiornate ma anche con il ricorso a serie storiche per avere contezza dell'evoluzione dei fenomeni, in particolare di quelli più specificatamente economici.

La prima parte del lavoro è dedicata all'analisi del contesto macroeconomico soprattutto per ciò che riguarda la dinamica dei consumi sia nel complesso dell'economia che nello specifico della ristorazione. Particolare interesse riveste la sezione sull'Europa attraverso cui è possibile seguire il posizionamento dell'Italia nel più vasto panorama europeo dei consumi alimentari fuori casa.

La seconda parte si occupa di osservare, invece, struttura e dinamica imprenditoriale utilizzando gli archivi delle Camere di Commercio. Stock delle imprese, natalità e mortalità sono i principali fenomeni osservati. La forte vocazione territoriale delle imprese di pubblico esercizio ha suggerito di presentare le informazioni almeno a livello regionale.

Nella terza parte ci si è concentrati sulle performance economiche del settore misurando valore aggiunto, occupazione e produttività. L'illustrazione delle dinamiche strutturali di medio-lungo termine si accompagna alla presentazione di valori aggiornati ed al monitoraggio della congiuntura per mezzo dell'osservatorio trimestrale della Federazione. Ampio spazio viene dato alla dinamica dei prezzi nel corso dell'ultimo anno sia in termini di variazioni che di livello con un approfondimento su base regionale.

Il lavoro si chiude con l'analisi dei comportamenti di consumo fuori casa effettuata per mezzo di un'indagine CATI i cui principali obiettivi sono stati quelli di misurare il livello di accesso al servizio ed i modelli di consumo e di spesa seguendo il consumatore nelle diverse occasioni della giornata, dalla colazione della mattina alla cena.

L'edizione di quest'anno fa il punto, in termini di approfondimento, su alcuni temi di attualità del settore come credito, tecnologia ed buoni pasto.

I principali risultati

Nel 2016 è proseguita l'azione di recupero dell'economia italiana. Il prodotto interno lordo è cresciuto dello 0,9% grazie al contributo della domanda interna sia in termini di consumi delle famiglie che di investimenti. I consumi delle famiglie e delle istituzioni sociali private sono cresciuti dell'1,5% nel 2016 mentre il rallentamento registrato nel corso della prima metà del 2017, in particolare nel secondo trimestre, dovrebbe portare a fine anno ad una crescita di un decimo di punto percentuale più bassa (1,4%). La crescita della spesa è attesa proseguire con una intensità simile nel 2018 (+1,3%).

Nel 2017 il Pil è previsto in aumento dell'1,5% supportato ancora dal proseguimento della fase espansiva della domanda interna mentre nel 2018 la crescita sarà leggermente inferiore (+1,4%).

In entrambi gli anni i consumi delle famiglie forniranno un apporto rilevante alla crescita mentre il contributo degli investimenti si rafforzerà a partire dal 2018.

Il miglioramento del quadro economico si riflette sulla dinamica dell'occupazione. Nel 2016 le unità di lavoro sono cresciute dell'1,4% ed il tasso di disoccupazione è sceso di due decimi di punto percentuale (11,7%). Al contempo si è rafforzata la crescita dell'occupazione (+0,5% la variazione congiunturale nel terzo

trimestre 2017 secondo i dati mensili delle forze di lavoro). L'input di lavoro, misurato in termini di unità di lavoro, conferma così la tendenza positiva registrata nel primo semestre de 2017 a riflesso della dinamica sostenuta delle unità di lavoro dipendenti.

La dinamica dei prezzi continua a rimanere moderata pur in una fase di miglioramento ciclico dell'economia. Dopo la variazione negativa per un decimo di punto nel 2016, l'indice dei prezzi al consumo è previsto aumentare dell'1,2% nel 2017. Tale incremento rappresenta il primo rialzo significativo della dinamica dei prezzi durante gli ultimi tre anni. Nella media del 2018 la crescita del deflatore della spesa per consumi finali delle famiglie registrerà un lieve rallentamento rispetto al 2017, con un tasso di variazione positivo dell'1,1%.

* * *

Nel periodo 2007-2016 la contrazione dei consumi è stata di oltre 40 miliardi di euro a prezzi costanti, 21 dei quali nel solo comparto dei trasporti e 16 in quello alimentare.

Il settore "alberghi e ristoranti" ha guadagnato domanda per poco più di 4,4 miliardi di euro e la ristorazione da sola ha sfiorato i 2,5 miliardi di euro

Tab. I1 - Variazione dei consumi delle famiglie nel periodo 2016/2007

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

Capitoli di spesa	mln. di euro
alimentari e bevande non alcoliche	-15.893
bevande alcoliche, tabacco, narcotici	-4.843
vestiario e calzature	-3.177
abitazione, acqua, elettricità, gas ed altri combustibili	6.565
mobili, elettrodomestici e manutenzione della casa	-10.646
sanità	-195
trasporti	-20.890
comunicazioni	2.508
ricreazione e cultura	-605
istruzione	-881
alberghi e ristoranti	4.395
- servizi di ristorazione	2.441
beni e servizi vari	3.641
Totale	-40.021

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

La dinamica dei consumi indica come, ad eccezione delle spese per comunicazioni, solo le spese per l’abitazione presentino il segno positivo a dimostrazione della sostanziale divergenza tra spese obbligate e spese per beni e servizi di mercato.

La spesa delle famiglie in servizi di ristorazione è stata nel 2016 di 80.254 milioni di euro in valore e di 73.141 milioni in volume con un incremento reale sull’anno precedente pari al 3,0%.

Fig. I2 - I consumi alimentari delle famiglie
(mld. di euro – anno 2016)

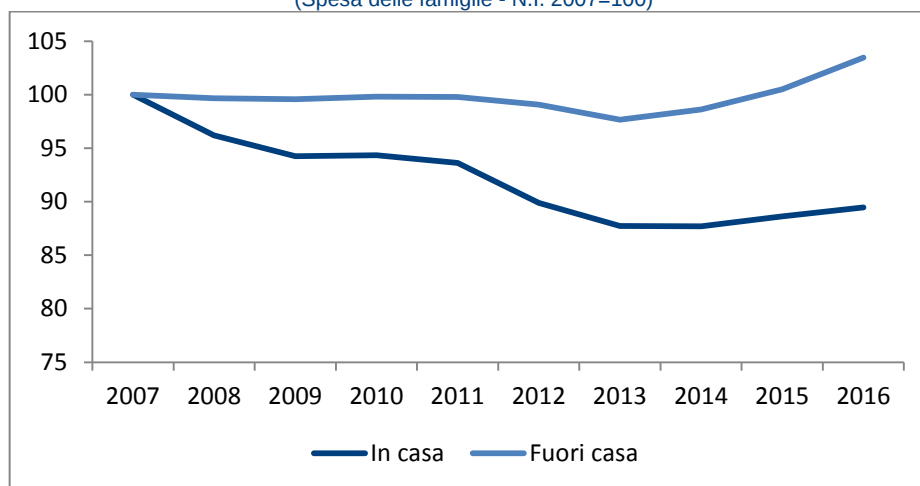


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

L’impatto della crisi sui consumi alimentari in casa (-10,5% pari ad una flessione di 15,9 miliardi di euro tra il 2007 ed il 2016) ha fatto sì che il peso della ristorazione sul totale dei consumi alimentari guadagnasse ancora qualche posizione rafforzando la tesi che vede gli italiani come un popolo a cui piace stare fuori casa. Il fuori casa vale ormai oltre il 35% del totale dei consumi alimentari delle famiglie con un trend di moderata ma costante crescita. Sempre nel periodo 2007-2016 i

consumi delle famiglie nei servizi di ristorazione hanno fatto registrare un incremento reale del 3,5%, pari a 2,4 miliardi di euro.

Fig. I3 - Alimentari: in casa vs. fuori casa
(Spesa delle famiglie - N.I. 2007=100)

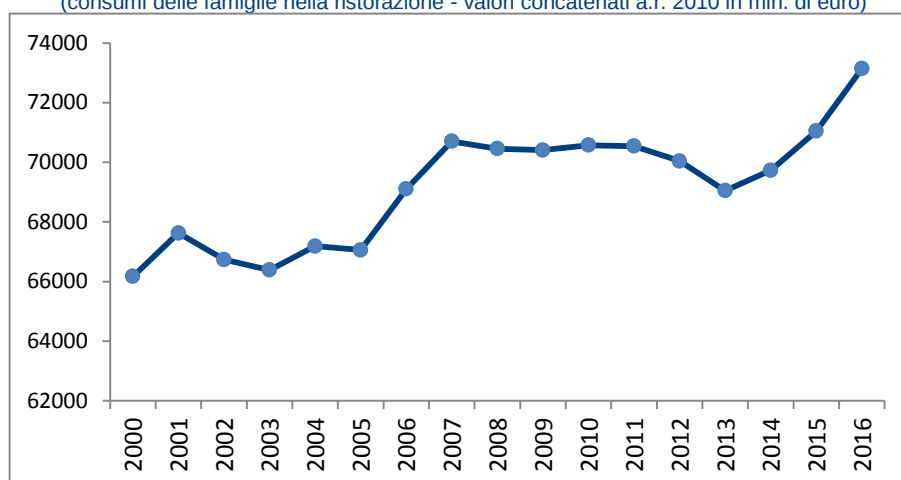


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Nel lungo periodo che va dal 2000 al 2016 il tasso medio annuo di crescita della domanda nella ristorazione è stato dello 0,6% per l'azione combinata della crescita registrata nella prima parte del periodo (2000-2007), di una flessione della seconda fase (2007-2013) ed infine di una fase nuovamente di crescita negli ultimi tre anni.

Fig. I4 - Quanto è costata la crisi

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



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

* * *

I consumi alimentari valgono in Europa 1.522 miliardi di euro per il 63,1% nel canale domestico e per il restante 36,9% nella ristorazione. Ma la variabilità tra Paesi è significativa. In Germania la ristorazione pesa meno del 30% sul totale dei consumi alimentari, il 47,6% nel Regno Unito, il 53,6% in Spagna e addirittura il 59% in Irlanda. In Italia la quota si attesta, come abbiamo già visto, al 35%, sei punti percentuali al di sopra della Francia.

Dal punto di vista dei valori assoluti l'Italia è il terzo mercato della ristorazione in Europa dopo Regno Unito e Spagna.

La recessione che ha interessato l'economia mondiale a partire dal 2007-2008 ha avuto un pesante impatto sui consumi, anche sugli alimentari ed in particolare su quelli fuori casa. In Europa tra il 2007 ed il 2016 la contrazione in questo mercato è stata di circa 8 miliardi di euro quasi totalmente ascrivibile alla ristorazione. Una dinamica esattamente opposta a quella registrata in Italia dove la contrazione degli alimentari è quasi totalmente riconducibile al canale domestico. Tra il 2007 e il 2016 la ristorazione in Spagna e Regno Unito ha perso rispettivamente 11 e 3,7 miliardi di euro.

Tab. I5 - La variazioni dei consumi alimentari nel periodo 2007-2016

(prezzi costanti – valori in milioni di euro)

	Alimentari e bevande non alcoliche	Ristorazione	Totale alimentari
Belgio	2.464	669	3.133
Bulgaria*	819	226	1.045
Repubblica Ceca	1.681	83	1.764
Danimarca	764	614	1.378
Germania	- 281	2.683	2.401
Estonia	238	-11	227
Irlanda	-152	1.715	1.563
Grecia	-4.670	-4.789	-9.458
Spagna	-4.304	-11.034	-15.338
Francia	12.291	1.084	13.375
Italia	-15.893	2.441	-13.453
Cipro	273	55	328
Lettonia	-352	-91	-443
Lituania	-613	212	-402
Lussemburgo	189	92	281
Ungheria	-183	1.082	899
Malta	-82	142	60
Olanda	2.021	-523	1.498
Austria	-325	1.036	711
Polonia	550	1.058	1.607
Portogallo	1.549	-998	551
Romania	n.d.	n.d.	n.d.
Slovenia	-50	110	60
Slovacchia	652	-294	358
Finlandia	857	-429	428
Svezia	2.195	2.477	4.672
Regno Unito	4.980	-3.687	1.293

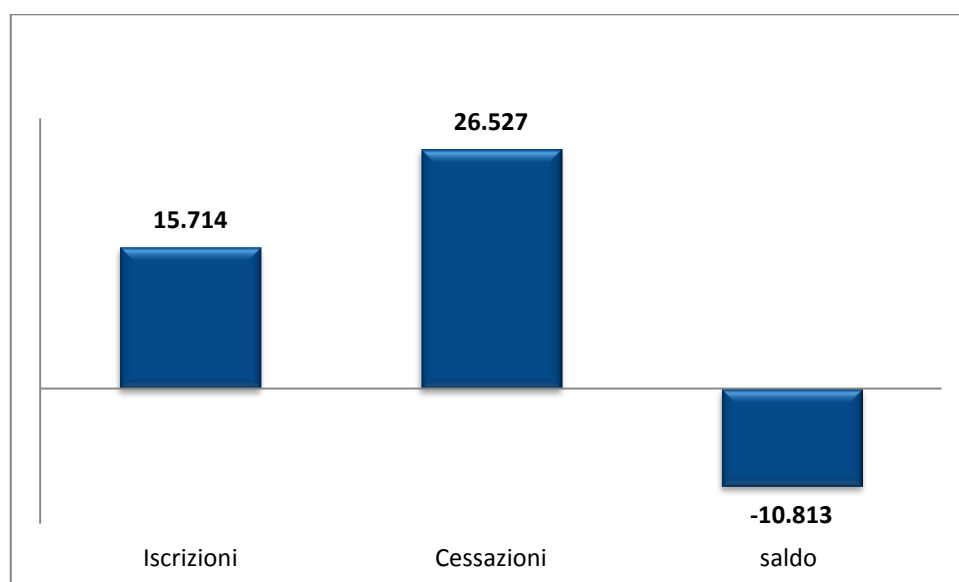
*anno 2014

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Eurostat

* * *

Nel 2016 hanno avviato l'attività 15.714 imprese, mentre circa 26.500 l'hanno cessata. Il saldo è negativo per oltre 10mila unità.

Fig. I5 - Servizi di ristorazione: movimprese 2016



Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Infocamere

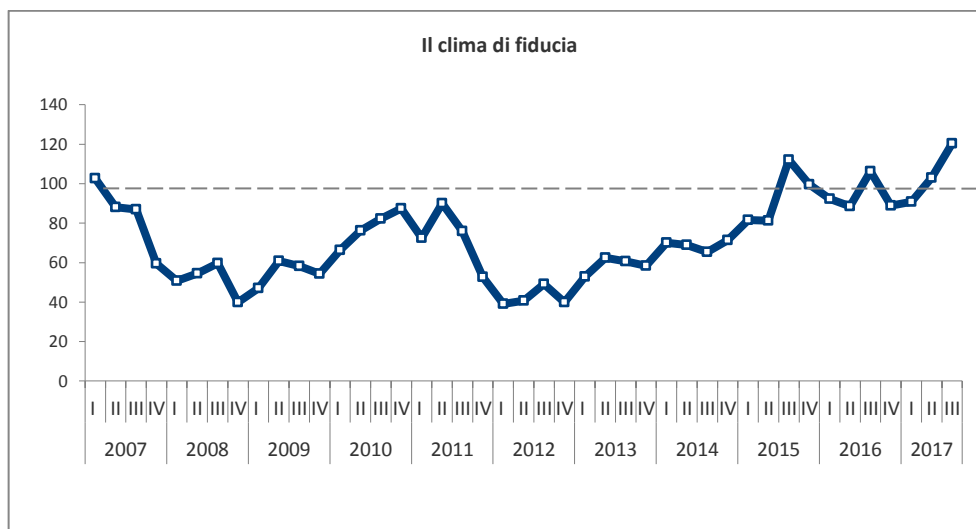
Nei primi nove mesi del 2017 hanno avviato l'attività 10.835 imprese mentre 19.235 l'hanno cessata determinando un saldo negativo pari a 8.400 unità.

* * *

Nel terzo trimestre 2017 il clima di fiducia delle imprese di ristorazione cresce di 14 punti percentuali rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente e consolida il trend positivo degli ultimi tre trimestri.

Le aspettative per l'ultimo trimestre dell'anno risentono del miglioramento del quadro congiunturale sia riguardo alle performance economiche che all'occupazione. Tuttavia, per quest'ultimo indicatore non si attendono ulteriori miglioramenti nel breve termine.

Fig. I6 - Il clima di fiducia



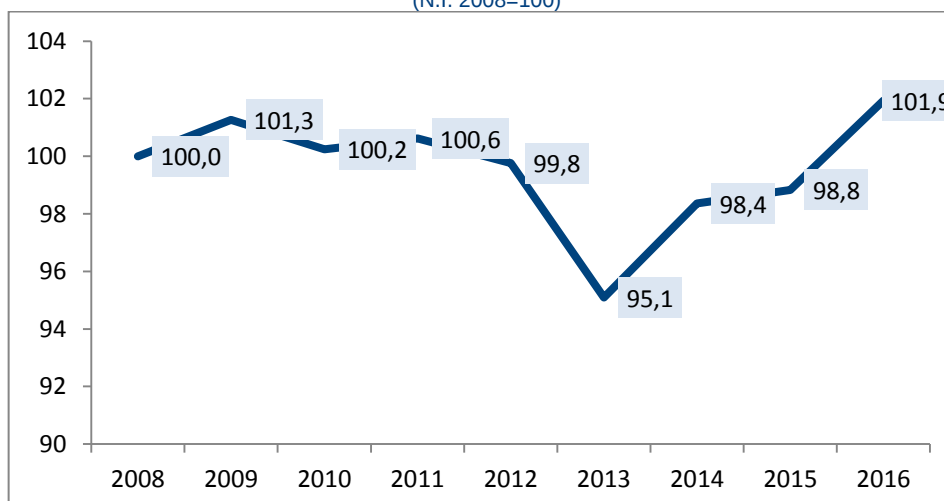
Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Il valore aggiunto dei servizi di ristorazione è stato nel 2016 di oltre 41 miliardi di euro.

Dall'avvio della crisi la ricchezza prodotta dalle imprese del settore ha assunto un profilo dapprima di stagnazione ed in seguito di contrazione.

Fig. I7 - La dinamica del valore aggiunto della ristorazione

(N.I. 2008=100)



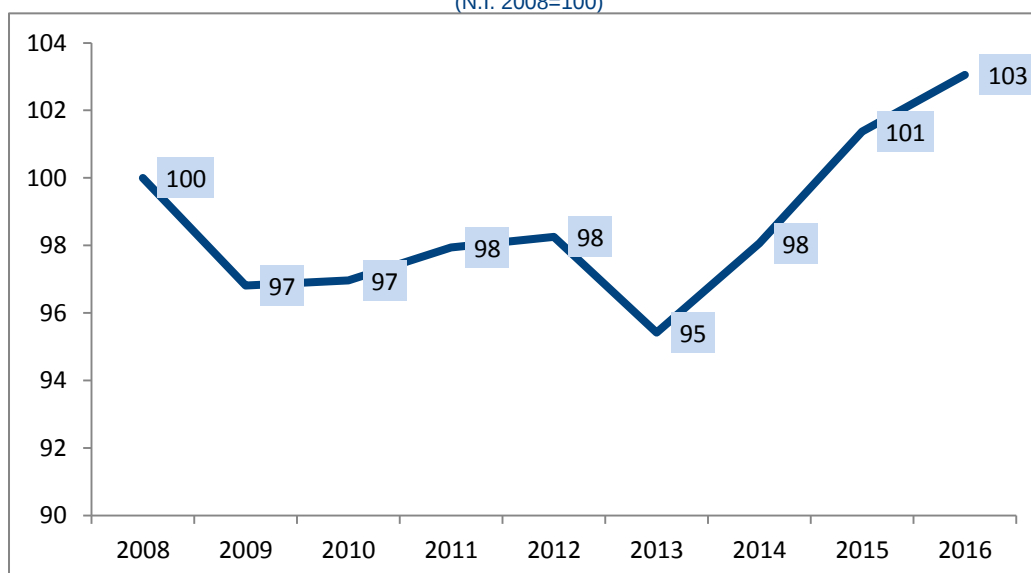
Fonte: stima C.S. Fipe su dati di contabilità nazionale

Tra il 2011 ed il 2013 la flessione è stata di cinque punti percentuali ma negli ultimi tre anni, secondo una nostra stima, si è potuto invertire il trend riportando il valore aggiunto al di sopra dei livelli pre-crisi.

* * *

L'input di lavoro, misurato in unità di lavoro standard, del settore dei pubblici esercizi conta oltre un milione di unità. In crescita le ore lavorate che nel 2016 hanno superato il livello raggiunto nel 2008.

Fig. I8 - Trend delle ore lavorate
(N.I. 2008=100)

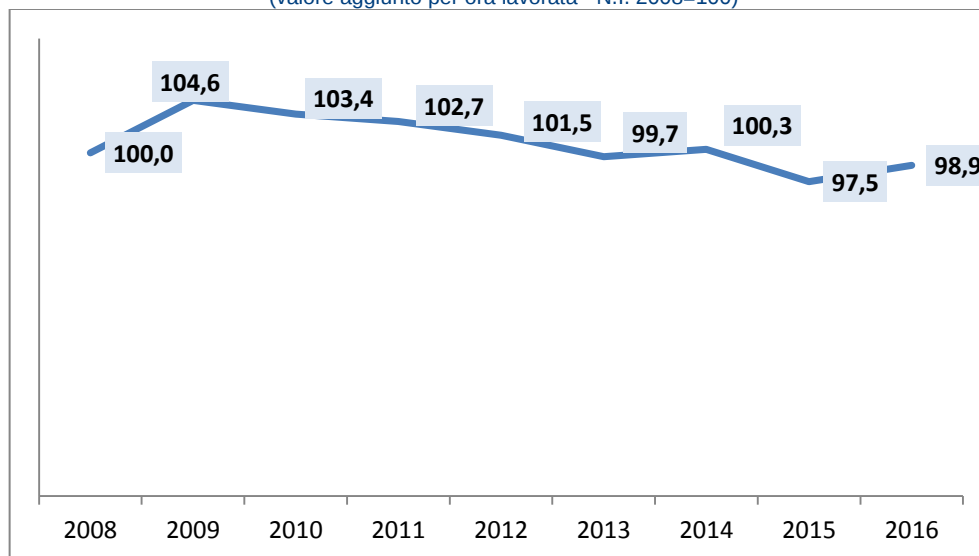


Fonte: stima C.S. Fipe su dati di contabilità nazionale

Rispetto al 2013 il settore ha assorbito l'8% in più del fabbisogno delle ore complessivamente lavorate.

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

Fig. I9 - Dinamica della produttività nella ristorazione
(valore aggiunto per ora lavorata - N.I. 2008=100)

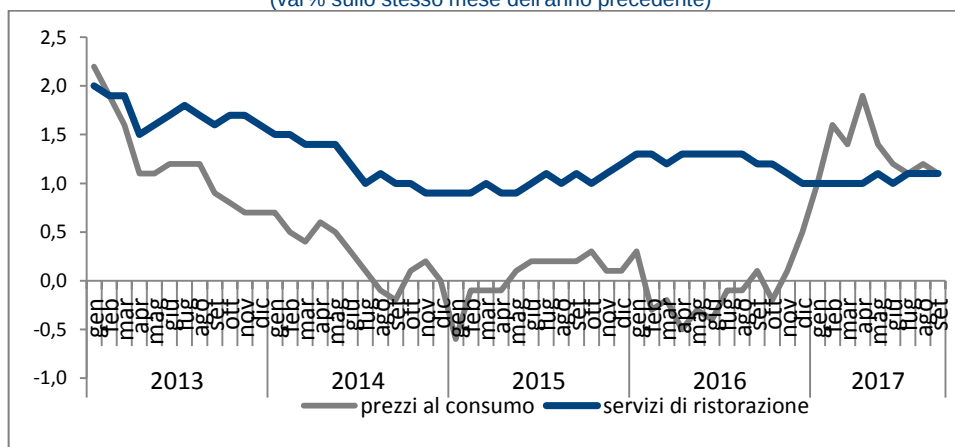


Fonte: stima C.S. Fipe su dati di contabilità nazionale

* * *

A settembre 2017 i prezzi dei servizi di ristorazione commerciale (bar, ristoranti, pizzerie, ecc.) fanno registrare una variazione dello 0,1% rispetto al mese precedente e dell'1,1% rispetto allo stesso mese di un anno fa. L'inflazione acquisita per l'anno in corso si attesta a 0,5%.

Fig. I10 - Servizi di ristorazione
(var% sullo stesso mese dell'anno precedente)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

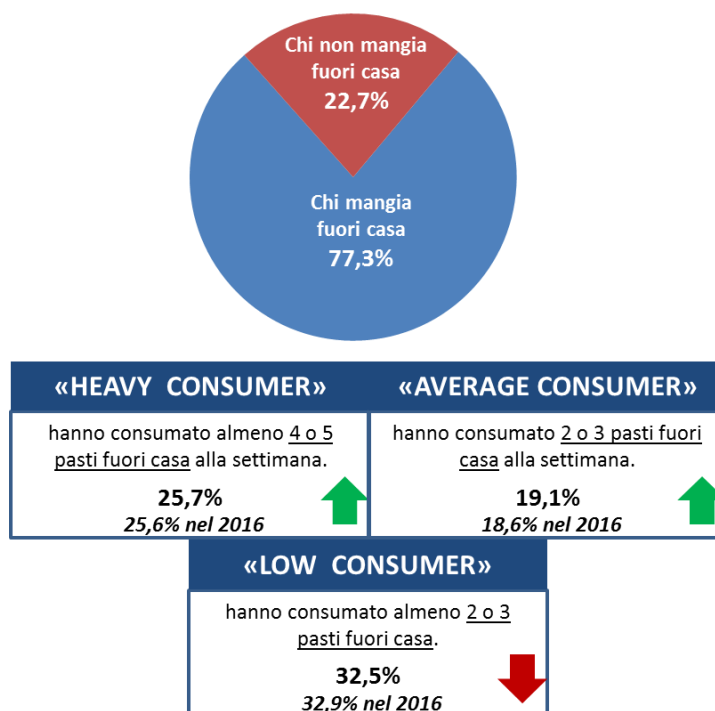
* * *

L'indicatore dei consumi fuori casa (ICEO) aumenta nel 2017 dello 0,3% passando da 41,8% a 42,1%.

Sono oltre 39 milioni di persone così segmentate:

- *heavy consumer*: 13 milioni di persone che consumano almeno 4-5 pasti fuori casa in una settimana (in prevalenza uomini, di età compresa tra i 35 e i 44 anni e residenti al Nord Ovest)
- *average consumer*: 9,7 milioni che consumano almeno 2-3 pasti fuori casa in una settimana (in prevalenza uomini, di età compresa tra i 18 e i 24 anni e residenti al Centro)
- *low consumer*: 16,5 milioni che consumano almeno 2-3 pasti in un mese (in prevalenza donne, di età superiore ai 64 anni e residenti nelle regioni del Nord)

Fig. I11 - Coloro che mangiano fuori casa



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

La colazione

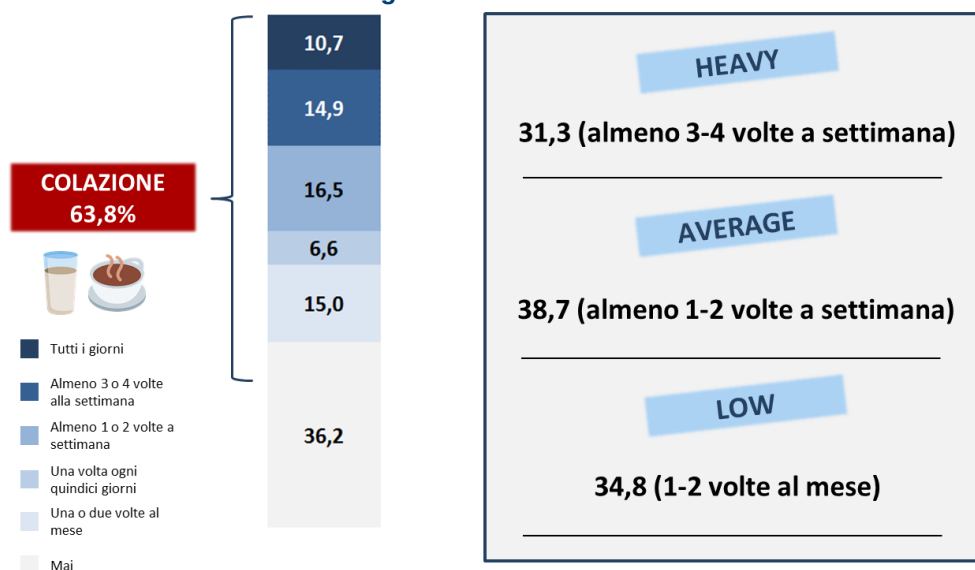
Il 63,8% degli italiani consuma, con diversa intensità, la colazione fuori casa: 5,8 milioni almeno 3 o 4 volte alla settimana mentre per oltre quattro milioni si tratta di un rito quotidiano.

Il luogo *par excellence* della colazione è il bar/caffè, senza alcuna distinzione di genere, età o area geografica.

Il bar pasticceria è il secondo luogo deputato alla colazione degli italiani, preferito soprattutto dalle donne (64,1% vs 58,2% degli uomini) e nel Nord Est (64,9%). Le alternative ci sono ma restano residuali a cominciare dai distributori automatici verso i quali si indirizzano il 16,4% dei consumatori.

Per la colazione fuori casa si spendono mediamente tra i 2 e i 3 euro. Solo l'1,3% spende meno di un euro e, in questo caso, si tratta quasi sempre di heavy consumer.

Fig. I12 – La colazione



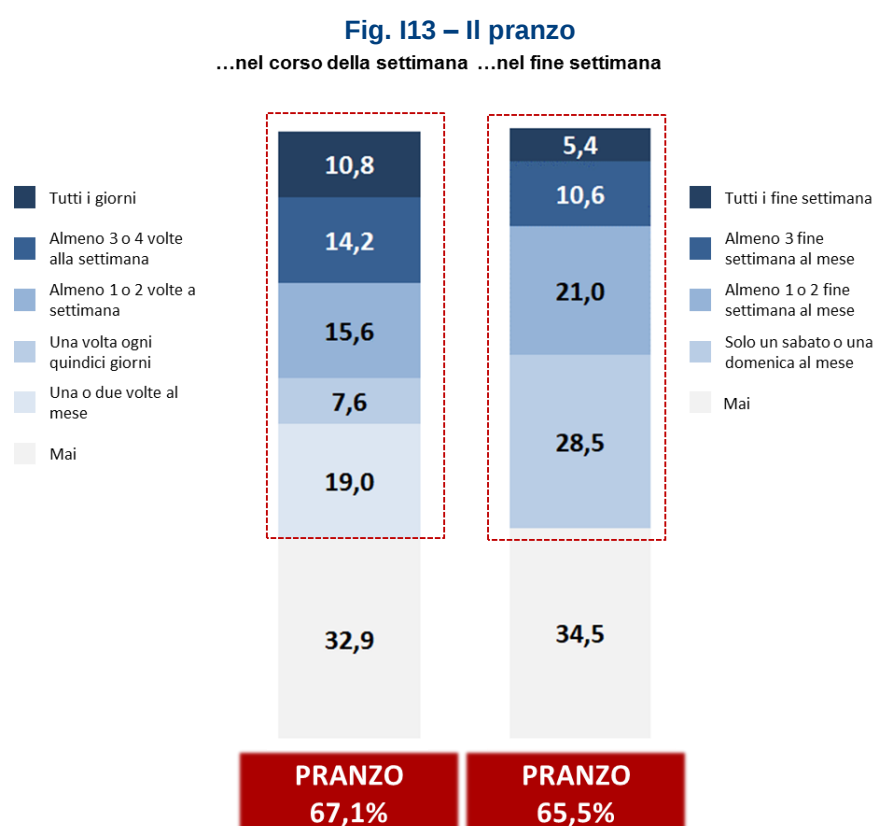
Fonte: Indagine Fipe - Format, 2016

Il pranzo

Le caratteristiche del pranzo fuori casa dipendono in larga misura dai giorni della settimana. Al 67,1% degli italiani, pari a poco meno di 34 milioni, capita di consumare il pranzo fuori casa durante la settimana.

Per 9,8 milioni si tratta di un'occasione abituale (almeno 3-4 volte alla settimana).

La spesa durante la settimana (consumo funzionale) si concentra prevalentemente nella fascia 5-10 euro (48,7%). Nei fine settimana i luoghi del pranzo, i prodotti consumati e la spesa cambiano significativamente.



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

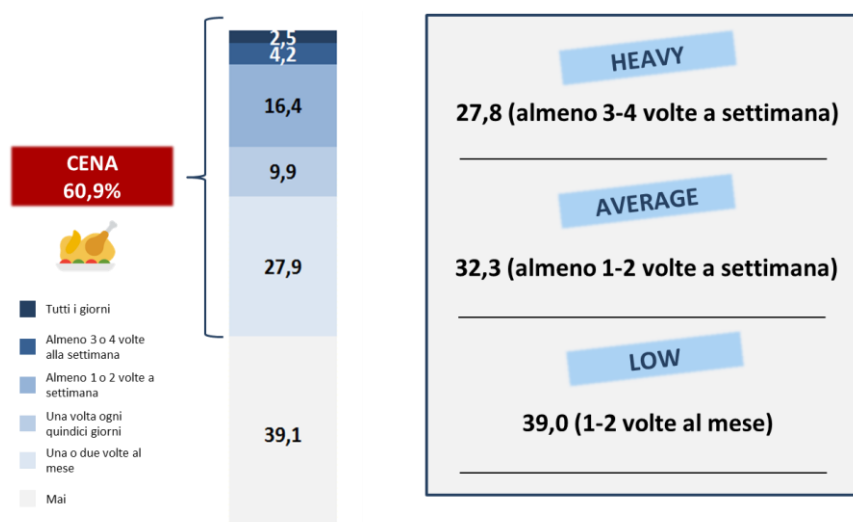
La cena

Il 60,9% degli intervistati ha consumato almeno una cena fuori casa con riferimento ad un mese tipo. Si cena fuori casa principalmente in trattoria o in pizzeria.

La fascia di prezzo su cui si attesta una cena-tipo è tra i 10 e i 20 euro, anche se più di un terzo degli italiani riserva ad una singola cena dai

21 ai 30 euro. Solo un intervistato su cento è disposto a pagare più di 50 euro per consumare l'ultimo pasto del giorno.

Fig. I14 – La cena



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

1

IL CONTESTO MACROECONOMICO



1.1 Il contesto internazionale

L'economia mondiale continua a espandersi a un ritmo sostenuto. Dopo una temporanea perdita di slancio agli inizi dell'anno, i dati effettivi e i risultati delle indagini segnalano, nel secondo trimestre, un'accelerazione del PIL mondiale in termini reali che in media d'anno è previsto in crescita del 3,6%, in lieve accelerazione rispetto all'anno precedente quando la variazione si è attestata al +3,2%. Si consolida la crescita delle economie avanzate dall'1,7% del 2016 al 2,2% del 2017 e quella dei Paesi emergenti ed in via di sviluppo che passa dal 4,3% al 4,6%.

Il miglioramento dell'attività continua ad essere sorretto dalle politiche monetarie e di bilancio, anche se le aspettative di uno stimolo fiscale negli Stati Uniti sono state riviste al ribasso dopo una svolta nel dibattito politico. Ciò nonostante va segnalata la buona performance dell'economia statunitense che nel 2017 crescerà ad un tasso di sette decimi di punto al di sopra del risultato conseguito nel 2016. Nella stessa direzione muove l'economia del Canada (da +1,5% del 2016 al +3% del 2017) e, sebbene in termini relativi, quella dell'Italia (da 0,9% all'1,5%). In rallentamento, invece, viene data l'economia di Regno Unito e Spagna.

Tra le economie emergenti, nei paesi importatori di materie prime quali India e Cina la crescita continuerà a evidenziare una buona tenuta e in quelli esportatori di prodotti di base ci si attende che l'attività raggiunga il punto di svolta inferiore dopo le gravi recessioni. La BCE prevede un aumento dell'attività mondiale (esclusa l'area dell'euro) pari al 3,7% nel 2017 e al 3,8% nel 2018-2019.

I principali istituti di ricerca, gli analisti di mercato e le organizzazioni internazionali prevedono un rallentamento della crescita economica europea nel 2018. Per l'area euro, l'FMI prevede una lieve

accelerazione della crescita dall'1,8% del 2016 al 2,1% quest'anno mentre per il 2018 è atteso un moderato rallentamento all'1,9 per cento. Più ottimisti gli analisti della BCE che per quest'anno indicano una crescita del 2,2% e per il 2018 dell'1,8%.

Tab. 1 - Scenari macroeconomici
(variazione percentuali)

	2016	2017	2018
PIL			
Mondo	3,2	3,6	3,7
Area Euro	1,8	2,1	1,9
Giappone	1,0	1,5	0,7
Regno Unito	1,8	1,7	1,5
Stati Uniti	1,5	2,2	2,3
Brasile	-3,6	0,7	1,5
Cina	6,7	6,8	6,5
India	7,1	6,7	7,4
Russia	-0,2	1,8	1,6
Commercio Mondiale (1)	2,4	4,2	4,0

(1) Beni e servizi

Fonte: FMI; *World Economic Outlook: Update, ottobre 2017*

Il commercio mondiale è cresciuto più del previsto agli inizi del 2017. Le esportazioni verso l'esterno dell'area dell'euro dovrebbero essere frenate dalle perdite di competitività derivanti dal recente apprezzamento dell'euro. Sorrette dalla vigorosa domanda esterna oltre che dal deprezzamento dell'euro nella seconda metà del 2016 e agli inizi del 2017, le esportazioni verso l'esterno dell'area hanno registrato una forte crescita nel primo trimestre di quest'anno. In prospettiva dovrebbero espandersi a ritmi robusti per tutto l'orizzonte di proiezione, di riflesso al vigore della domanda esterna proveniente dalle economie sia avanzate sia emergenti. Ci si attende tuttavia che risentano negativamente del rafforzamento del tasso di cambio dell'euro nel periodo considerato e che questo determini una revisione al ribasso dell'evoluzione delle quote di mercato delle esportazioni. Le importazioni dall'esterno dell'area dovrebbero trarre beneficio dagli andamenti lievemente più positivi della domanda interna e dal

rafforzamento del tasso di cambio dell'euro, riducendo quindi lievemente il contributo complessivo dell'interscambio netto alla crescita economica.

Il miglioramento in atto delle condizioni nei mercati del lavoro dovrebbe continuare nel periodo considerato. Il numero di occupati è aumentato dello 0,4% nel primo trimestre del 2017 e, secondo le stime, sarebbe cresciuto a un ritmo analogo nel secondo. Il recente vigore della crescita dell'occupazione è stato generalizzato nei diversi paesi, ma può essere in parte attribuito a fattori temporanei favorevoli (quali le misure di stimolo fiscale in alcune economie dell'area). Poiché si prevede che l'impatto di questi fattori venga gradualmente meno, la crescita dell'occupazione dovrebbe registrare una lieve perdita di slancio riflettendo anche la sempre maggiore carenza di manodopera qualificata.

Di riflesso al suo profilo ciclico, la produttività del lavoro registrerebbe un'accelerazione nel medio periodo. Il crescente utilizzo sia del capitale sia del lavoro nel contesto della diminuzione del margine di capacità inutilizzata, l'aumento del numero di ore lavorate per occupato e un lieve incremento della produttività totale dei fattori suggeriscono un'accelerazione sostenuta della produttività.

Il tasso di disoccupazione dovrebbe continuare a diminuire. Esso è sceso al 9,2% nel secondo trimestre del 2017, il livello più basso osservato da marzo 2009. In prospettiva, le proiezioni segnalano che il numero di disoccupati continuerà a ridursi sostanzialmente. Il tasso di disoccupazione scenderebbe al 9,1% già nel corso dell'anno per diminuire ulteriormente di mezzo punto percentuale l'anno successivo, mantenendosi comunque superiore al suo livello pre-crisi (7,5% nel 2007).

Più in generale le migliori prospettive per la domanda interna, in linea con il favorevole clima di fiducia di imprese e consumatori e con i livelli inferiori dei tassi di interesse, sono sostanzialmente compensate

dall'impatto negativo sulle esportazioni derivante dalla perdita di competitività di prezzo dovuta al recente apprezzamento dell'euro.

L'inflazione complessiva registrerebbe un calo nel breve periodo, determinato principalmente da effetti base nella componente energetica, per poi tornare a salire fino a raggiungere l'1,5% nel 2019, dunque ben al di sotto della soglia del 2%.

1.2 L'economia italiana

Nel 2016 è proseguita l'azione di recupero dell'economia italiana. Il prodotto interno lordo è cresciuto dello 0,9% grazie al contributo della domanda interna sia in termini di consumi delle famiglie che di investimenti.

Nel 2017 il Pil è previsto in aumento dell'1,5% supportato ancora dal proseguimento della fase espansiva della domanda interna mentre nel 2018 la crescita sarà leggermente inferiore (+1,4%). In entrambi gli anni i consumi delle famiglie forniranno un apporto rilevante alla crescita mentre il contributo degli investimenti si rafforzerà a partire dal 2018.

Tab. 1 - Quadro macroeconomico interno

(Anni 2016-2018, valori concatenati per le componenti di domanda; var. % sull'anno precedente)

	2016	2017	2018
Prodotto interno lordo	0,9	1,5	1,4
Importazioni di beni e servizi fob	3,1	5,9	4,5
Esportazioni di servizi fob	2,4	4,8	3,8
Spesa delle famiglie residenti e ISP	1,5	1,4	1,3
Spesa delle AP	0,5	0,6	0,4
Investimenti fissi lordi	2,8	3,0	3,3
Tasso di inflazione	0,0	1,2	1,1
Tasso di disoccupazione	11,7	11,2	10,9

Fonte: Istat

Il ritmo di crescita dell'economia italiana, tuttavia, si mantiene inferiore a quello dell'area euro (+1,8% la variazione tendenziale italiana rispetto a +2,5% dell'area euro in questi mesi del 2017) ma il differenziale si sta progressivamente riducendo. La crescita dell'attività economica si accompagnerà al proseguimento del miglioramento delle dinamiche del mercato del lavoro, con un aumento dell'occupazione e una riduzione della disoccupazione. Nel biennio di previsione l'inflazione si manterrà su ritmi moderati.

Nel 2016 i consumi delle famiglie e delle istituzioni sociali private sono cresciuti dell'1,5% mentre il rallentamento registrato nel corso della prima metà del 2017, in particolare nel secondo trimestre, dovrebbe portare a fine anno ad una crescita di un decimo di punto percentuale più bassa (1,4%).

La crescita della spesa è attesa proseguire con una intensità simile nel 2018 (+1,3%).

La ripresa degli investimenti è stata significativa nel corso del 2016 (+2,8%) e nel 2017 è prevista un'espansione a un ritmo più sostenuto (+3,0%) alimentata dal proseguimento della fase di crescita della spesa in impianti e macchinari e, con minore intensità, dalla ripresa del ciclo delle costruzioni. La dinamica degli investimenti è attesa in ulteriore consolidamento nel 2018 (+3,3%).

Il processo di accumulazione del capitale beneficia del miglioramento delle condizioni sul mercato del credito associate al proseguimento della politica monetaria espansiva nell'area euro, degli incentivi previsti dal piano impresa 4.0 e del positivo clima di fiducia che si va consolidando tra gli operatori.

Nella media del 2017, l'espansione del commercio mondiale favorirebbe un'accelerazione degli scambi internazionali rispetto al 2016, determinando un aumento robusto sia delle esportazioni (+4,8%) sia delle importazioni (+5,9%). Nel 2018, i flussi commerciali

sono attesi in lieve rallentamento, con una dinamica delle esportazioni (+3,8%) meno vivace delle importazioni (+4,5%).

Il miglioramento del quadro economico si riflette sulla dinamica dell'occupazione. Nel 2016 le unità di lavoro sono cresciute dell'1,4% ed il tasso di disoccupazione è sceso di due decimi di punto percentuale (11,7%). Nel corso del 2017 è proseguita la riduzione del tasso di disoccupazione anche se con un'intensità inferiore rispetto a quella dell'area euro, determinando un ampliamento del divario (11,1% e 9,0% il tasso di disoccupazione nel terzo trimestre rispettivamente in Italia e nell'area euro). Al contempo si è rafforzata la crescita dell'occupazione (+0,5% la variazione congiunturale nel terzo trimestre secondo i dati mensili delle forze di lavoro). L'input di lavoro, misurato in termini di unità di lavoro, conferma così la tendenza positiva registrata nel primo semestre a riflesso della dinamica sostenuta delle unità di lavoro dipendenti. L'accelerazione del Pil nel terzo trimestre del 2017 ha contribuito a migliorare la dinamica della produttività del lavoro rispetto al 2016 quando l'input di lavoro è cresciuto a tassi superiori (+1,4%) a quelli del prodotto (+0,9%). Nel 2017, l'occupazione, espressa in termini di unità di lavoro, è prevista crescere (+1,2%) mentre il tasso di disoccupazione è atteso in moderata diminuzione (11,2%), mantenendosi ancora distante da quello della media dell'area euro. Il miglioramento del mercato del lavoro è stimato estendersi anche al 2018 con intensità più contenuta per l'occupazione (+0,7%) mentre continuerà la riduzione della disoccupazione (10,9%). La dinamica dei prezzi continua a rimanere moderata pur in una fase di miglioramento ciclico dell'economia. Dopo la variazione negativa per un decimo di punto nel 2016, l'indice dei prezzi al consumo è previsto aumentare dell'1,2% nel 2017. Tale incremento rappresenta il primo rialzo significativo della dinamica dei prezzi durante gli ultimi tre anni. Nella media del 2018 la crescita del deflatore della spesa per consumi finali delle famiglie registrerà un

lieve rallentamento rispetto al 2017, con un tasso di variazione positivo dell'1,1%.

1.3 I consumi delle famiglie

Nel 2016 i consumi delle famiglie hanno superato i mille miliardi di euro con una crescita reale sull'anno precedente dell'1,5%. I consumi alimentari, in casa e fuori casa, rappresentano il 22% del totale, secondi solo alle spese per l'abitazione. Un'altra voce rilevante del budget delle famiglie destinato ai consumi è quella dei trasporti con una quota sul totale di poco al di sopra del 12%.

Nel periodo 2007-2016 la contrazione dei consumi è stata di oltre 40 miliardi di euro a prezzi costanti, 21 dei quali nel solo comparto dei trasporti e 16 in quello alimentare.

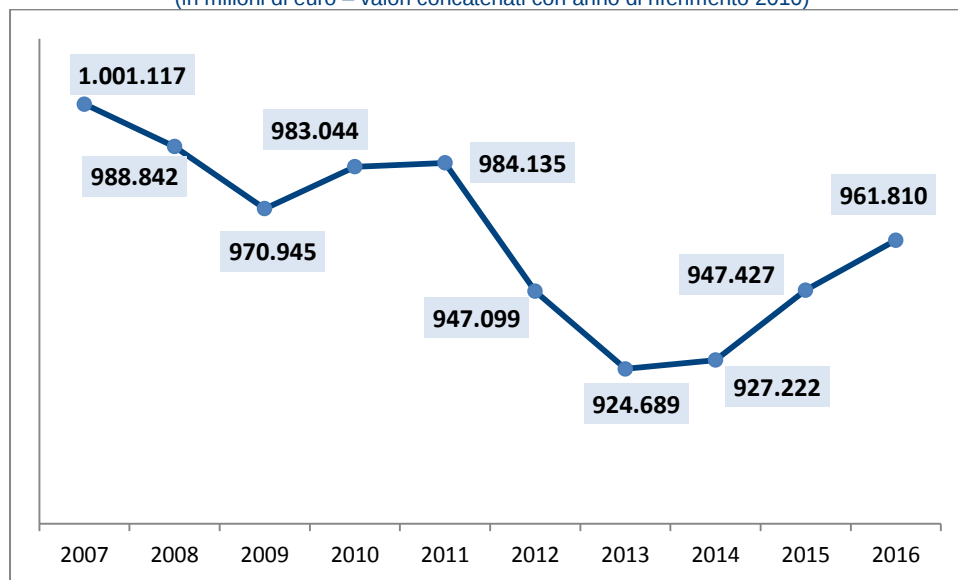
Tab. 3 - Spesa sul territorio economico delle famiglie residenti e non residenti
(in milioni di euro correnti - anno 2016)

Capitoli di spesa	v.a.	v. %
alimentari e bevande non alcoliche	146.860	14,2
bevande alcoliche, tabacco, narcotici	42.491	4,1
vestiario e calzature	64.356	6,2
abitazione, acqua, elettricità, gas ed altri combustibili	243.411	23,6
mobili, elettrodomestici e manutenzione della casa	64.024	6,2
sanità	35.681	3,5
trasporti	125.697	12,2
comunicazioni	23.394	2,3
ricreazione e cultura	68.474	6,6
istruzione	10.327	1,0
alberghi e ristoranti	105.017	10,2
- servizi di ristorazione	80.254	7,8
beni e servizi vari	101.902	9,9
Totale	1.031.634	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Il settore "alberghi e ristoranti" ha guadagnato domanda per poco più di 4,4 miliardi di euro e la ristorazione da sola ha sfiorato i 2,5 miliardi di euro.

Fig. 1 - Spesa sul territorio economico delle famiglie residenti e non residenti
(in milioni di euro – valori concatenati con anno di riferimento 2010)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

La dinamica dei consumi indica come tra i beni e servizi di mercato solo *comunicazioni, alberghi/ristoranti e beni e servizi vari* registrino una variazione positiva nel periodo considerato. L'altra variazione positiva si rileva invece per le spese (obbligate) relative all'abitazione.

Tab. 4 - Variazione dei consumi delle famiglie nel periodo 2016/2007
(in milioni di euro – valori concatenati con anno di riferimento 2010)

Capitoli di spesa	mln. di euro
alimentari e bevande non alcoliche	-15.893
bevande alcoliche, tabacco, narcotici	-4.843
vestiario e calzature	-3.177
abitazione, acqua, elettricità, gas ed altri combustibili	6.565
mobili, elettrodomestici e manutenzione della casa	-10.646
sanità	-195
trasporti	-20.890
comunicazioni	2.508
ricreazione e cultura	-605
istruzione	-881
alberghi e ristoranti	4.395
- servizi di ristorazione	2.441
beni e servizi vari	3.641
Totale	-40.021

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Approfondimento 1

I consumi per regione¹

Tra il 2007 ed il 2016 la spesa media mensile delle famiglie italiane è calata del 9,9%, pari a 278 euro. La contrazione riguarda la quasi totalità dei beni e dei servizi. Fanno eccezione le spese per comunicazioni (+8,6%), ricreazione spettacolo e cultura (+5,7%), quelle per “altri beni e servizi” (+4,5%) e quelle per l’abitazione (+2,5%). Per tutte le altre il segno negativo oscilla all’interno di una forchetta compresa tra il -10,6% delle spese per alimentari, bevande e tabacchi ed il -48,4% dell’istruzione.

Al nord vanno particolarmente male Veneto (-22,4%) e Piemonte (-14,5%), al centro Umbria e Marche rispettivamente con -26,5% e -19,4%, al sud Calabria (-23,0%), Molise (-21,7%) e Abruzzo (-15,3%).

L’analisi delle dinamiche per capitolo di spesa offre numerosi spunti di riflessione che permettono di capire dove la crisi ha colpito più duramente e dove le famiglie hanno modificato maggiormente il budget familiare destinato ai consumi con conseguente cambiamento dei comportamenti di spesa.

Una voce a cui prestare grande attenzione è quella dei consumi alimentari. Qui a fronte di una flessione media di circa 11 punti percentuali si registrano dinamiche positive solo in Valle d’Aosta e Trentino Alto Adige. Particolarmente accentuati i tagli nel Mezzogiorno a testimonianza del pesante impatto che la crisi ha avuto su una delle voci di consumo più importanti per la vita delle persone.

Neppure nelle regioni del centro Italia la spesa per consumi alimentari è rimasta estranea ai tagli di budget imposti dalla crisi.

L’abbigliamento è un’altra voce che evoca suggestioni forti quando si parla di consumi nel nostro Paese. Qui il calo ha superato le due cifre in tutte le aree territoriali (fa eccezione la Lombardia con una flessione del 4,5%). Le famiglie dell’Abruzzo hanno ridotto la spesa per abbigliamento e calzature del 62,4% nel periodo osservato. Con questi valori difficile sostenere che non si tratti di un cambiamento strutturale dei modelli di consumo. Le spese per l’abitazione sono piuttosto rigide in quanto risultano perlopiù obbligate. Qui il segno prevalente è positivo o moderatamente negativo.

Significativi, al contrario, i tagli nell’arredamento e nei trasporti con valori che sfiorano a livello Italia il 40% mentre non sono poche le regioni nelle quali la contrazione sfiora addirittura il 50%. La crisi ha imposto in modo generalizzato di rimandare le spese importanti a tempi migliori. Pare, tuttavia, che nel corso del 2016 si stiano consolidando segnali incoraggianti di un cambio di direzione.

Preoccupanti i tagli alle spese per la salute in alcune realtà regionali come Calabria ed Umbria mentre sono numerose le regioni in cui la spesa è aumentata ed anche significativamente. E’ il caso della provincia autonoma di Trento o della Puglia. Per gli altri servizi le cose sembrano andare relativamente meglio anche se non mancano segnali negativi in questa o in quella regione.

Il settore della ristorazione è all’interno dell’aggregato “Altri beni e servizi” che ha fatto registrare un incremento medio del 4,2% con alcuni importanti picchi in numerose regioni.

¹ Indagine sui consumi delle famiglie, Istat

Tab. Spesa media mensile delle famiglie per regione
(variazioni percentuali 2016/2007 a prezzi 2016)

	spesa media mensile	Alimentari, bevande e tabacchi	Abbigliamento e calzature	Abitazione, acqua, elettricità e altri combustibili	Mobili, articoli e servizi per la casa	Servizi sanitari e spese per la salute	Trasporti	Comunicazioni	Ricreazione, spettacoli e cultura	Istruzione	Altri beni e servizi
Piemonte	-14,5	4,6	-38,3	-8,0	-42,8	-9,9	-40,6	3,6	-8,1	-52,1	-4,4
Valle d'Aosta	-2,4	14,1	-26,4	5,7	-43,1	33,5	-22,0	13,1	-1,9	-66,8	-6,9
Liguria	-9,4	-13,9	-48,3	4,2	-23,6	-3,0	-34,2	17,5	2,9	-51,1	-1,3
Lombardia	-7,1	-7,7	-4,5	-9,1	-23,7	4,9	-26,8	14,4	22,5	-34,5	16,2
Trentino Alto Adige	0,3	8,7	-18,7	9,4	-45,0	3,8	-27,2	2,2	26,2	-67,7	25,4
<i>Bolzano</i>	9,7	20,8	-20,2	17,1	-24,3	83,0	-22,8	4,8	49,5	n.d.	16,9
<i>Trento</i>	-9,6	-3,3	-17,2	1,7	-63,7	-45,2	-31,6	-1,0	0,7	-61,6	37,0
Veneto	-22,4	-12,6	-44,0	-10,9	-45,9	-12,6	-45,6	5,5	-12,2	-51,4	-18,8
Friuli Venezia Giulia	-12,3	3,3	-35,0	-2,3	-37,3	1,7	-40,5	17,0	-10,5	-58,3	-8,1
Emilia Romagna	-4,7	-4,9	-36,1	12,4	-48,1	-4,5	-31,0	13,5	19,5	-29,4	7,3
Toscana	-4,9	-7,0	-37,7	2,7	-24,1	2,2	-28,9	6,1	14,7	-29,8	24,3
Umbria	-26,5	-8,7	-57,3	-13,5	-55,6	3,0	-46,7	-9,0	-38,4	-80,9	-29,6
Marche	-19,4	-18,3	-45,0	-2,9	-35,9	-23,1	-32,9	-19,6	-18,3	-35,4	-24,1
Lazio	-6,0	-25,2	-49,3	21,2	-24,0	16,3	-41,0	2,7	15,6	-47,3	9,0
Abruzzo	-15,3	-22,4	-62,4	18,4	-55,7	15,7	-32,4	-18,2	-24,5	-57,1	-12,6
Molise	-21,7	-23,8	-39,4	15,4	-65,3	-27,3	-33,7	12,7	-51,7	-86,6	-28,6
Campania	-9,5	-11,3	-19,9	0,5	-24,7	-14,5	-37,9	23,4	27,8	-61,2	2,9
Puglia	-4,7	-7,3	-35,9	13,2	-15,3	39,9	-31,0	3,7	-7,8	-64,1	14,7
Basilicata	-9,7	-5,8	-13,1	2,2	-32,5	18,6	-25,4	8,4	-21,8	-43,8	-13,7
Calabria	-23,0	-29,9	-55,2	0,3	-49,4	-24,0	-26,8	-3,8	-35,6	-52,6	-5,8
Sicilia	-5,9	-13,8	-31,8	23,0	-20,1	16,3	-37,0	20,6	-4,4	-66,0	5,4
Sardegna	-7,1	-6,0	-47,0	5,6	-40,1	-6,0	-27,0	7,9	15,4	-46,8	22,9
Italia	-9,9	-10,6	-33,0	2,5	-33,4	0,8	-34,3	8,6	5,7	-48,4	4,2

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Tab. Spesa media mensile delle famiglie per regione
(variazioni assolute 2016/2007 a prezzi 2016 - valori in euro)

	spesa media mensile*	Alimentari, bevande e tabacchi	Abbigliamento e calzature	Abitazione, acqua, elettricità e altri combustibili	Mobili, articoli e servizi per la casa	Servizi sanitari e spese per la salute	Trasporti	Comunicazioni	Ricreazione, spettacoli e cultura	Istruzione	Altri beni e servizi
Piemonte	-442,06	25,30	-72,97	-74,74	-82,60	-13,52	-182,24	2,15	-12,47	-14,90	-16,09
Valle d'Aosta	-70,38	73,34	-46,55	52,43	-82,17	49,69	-82,06	8,00	-3,07	-14,82	-25,14
Liguria	-237,33	-73,89	-60,96	38,40	-26,19	-3,18	-108,93	8,04	3,15	-10,61	-3,16
Lombardia	-232,33	-42,30	-8,55	-97,60	-44,57	7,50	-138,06	8,55	32,57	-11,20	61,34
Trentino Alto Adige	8,90	43,10	-30,53	90,95	-90,47	5,23	-121,32	1,54	43,35	-28,85	95,90
Bolzano	313,05	106,08	-37,68	170,96	-48,11	89,83	-104,60	3,65	88,45	n.d.	79,54
Trento	-278,30	-15,93	-24,46	15,77	-129,81	-72,77	-137,20	-0,61	1,05	-23,19	108,85
Veneto	-770,37	-67,37	-88,34	-118,10	-95,01	-18,46	-269,16	3,39	-20,78	-18,92	-77,64
Friuli Venezia Giulia	-348,85	15,09	-49,90	-21,26	-66,04	1,95	-181,80	8,65	-15,06	-14,05	-26,42
Emilia Romagna	-145,90	-23,90	-62,23	130,08	-92,55	-5,54	-146,90	8,23	27,23	-8,73	28,42
Toscana	-145,69	-38,15	-62,97	28,08	-33,22	2,40	-133,93	3,82	18,74	-6,16	75,72
Umbria	-809,78	-51,15	-108,49	-118,54	-123,87	3,72	-229,99	-5,78	-53,29	-24,18	-98,18
Marche	-544,83	-108,47	-80,22	-24,83	-49,82	-24,83	-143,88	-11,19	-21,85	-6,71	-73,03
Lazio	-166,31	-147,79	-83,69	206,55	-32,67	15,07	-151,45	1,59	17,73	-14,55	22,90
Abruzzo	-388,49	-125,27	-133,03	136,59	-81,35	12,80	-112,56	-10,76	-25,34	-15,97	-33,58
Molise	-601,77	-145,15	-87,37	109,69	-143,59	-35,49	-120,02	7,26	-63,60	-36,46	-87,02
Campania	-215,57	-70,19	-30,17	3,18	-32,63	-10,89	-102,47	11,90	24,63	-14,75	5,82
Puglia	-107,04	-41,10	-71,17	80,57	-20,65	32,32	-90,84	1,96	-6,96	-23,13	31,96
Basilicata	-213,54	-30,15	-21,00	12,27	-54,96	16,23	-78,90	4,28	-16,62	-15,54	-29,15
Calabria	-508,47	-178,82	-98,15	1,44	-68,12	-23,47	-82,54	-2,09	-34,55	-10,64	-11,55
Sicilia	-117,25	-73,46	-53,70	120,37	-21,94	12,05	-101,74	10,25	-3,09	-14,97	8,96
Sardegna	-161,73	-30,51	-70,83	39,67	-51,18	-5,07	-94,16	4,27	15,03	-10,37	41,42
Italia	-278,10	-58,24	-58,23	22,43	-53,56	0,88	-141,91	4,94	6,96	-13,86	12,49

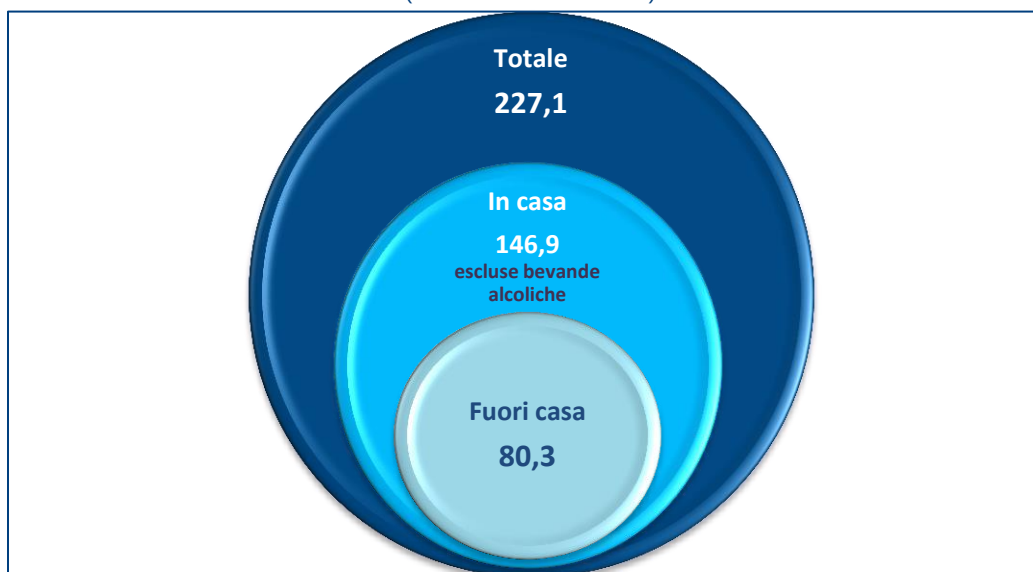
(*) il totale può differire dalla somma delle singole voci per via degli arrotondamenti

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

1.4 I consumi delle famiglie nella ristorazione

La spesa delle famiglie in servizi di ristorazione è stata nel 2016 di 80.254 milioni di euro in valore con un incremento reale sull'anno precedente pari al 3,0%.

Fig. 2 - I consumi alimentari delle famiglie
(mld. di euro – anno 2016)

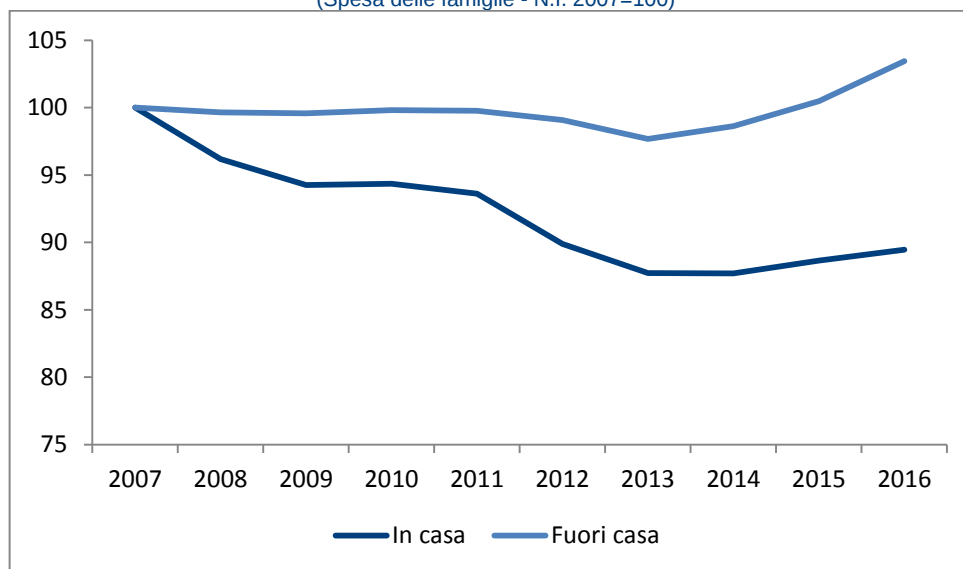


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

L'impatto della crisi sui consumi alimentari in casa (-10,5% pari ad una flessione di 15,9 miliardi di euro tra il 2007 ed il 2016) ha fatto sì che il peso della ristorazione sul totale dei consumi alimentari guadagnasse qualche posizione smentendo in tal modo l'ipotesi (suggestiva) che vedrebbe un ritorno degli italiani ai consumi in casa a scapito di quelli fuori casa. Il fuori casa vale ormai oltre il 35% del totale dei consumi alimentari delle famiglie con un trend di moderata ma costante crescita.

Nello stesso periodo i consumi delle famiglie nei servizi di ristorazione hanno subito un incremento reale del 3,5%, pari a 2,4 miliardi di euro.

Fig. 3 - Alimentari: in casa vs. fuori casa
(Spesa delle famiglie - N.I. 2007=100)

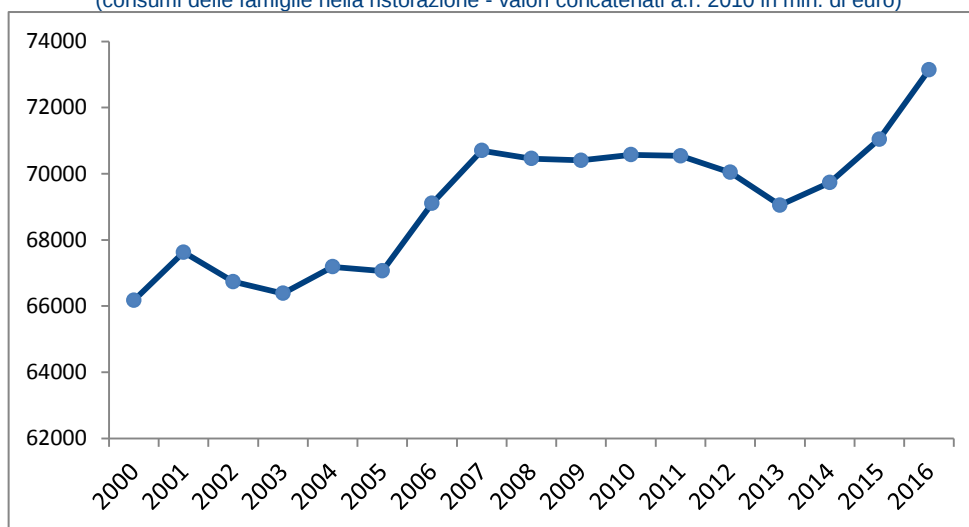


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Nel lungo periodo che va dal 2000 al 2016 il tasso medio annuo di crescita della domanda nella ristorazione è stato dello 0,6% per l'azione combinata della crescita registrata nella prima parte del periodo (2000-2007), di una flessione della seconda fase (2007-2013) ed infine di una fase nuovamente di crescita negli ultimi tre anni.

Fig. 4 - Quanto è costata la crisi

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

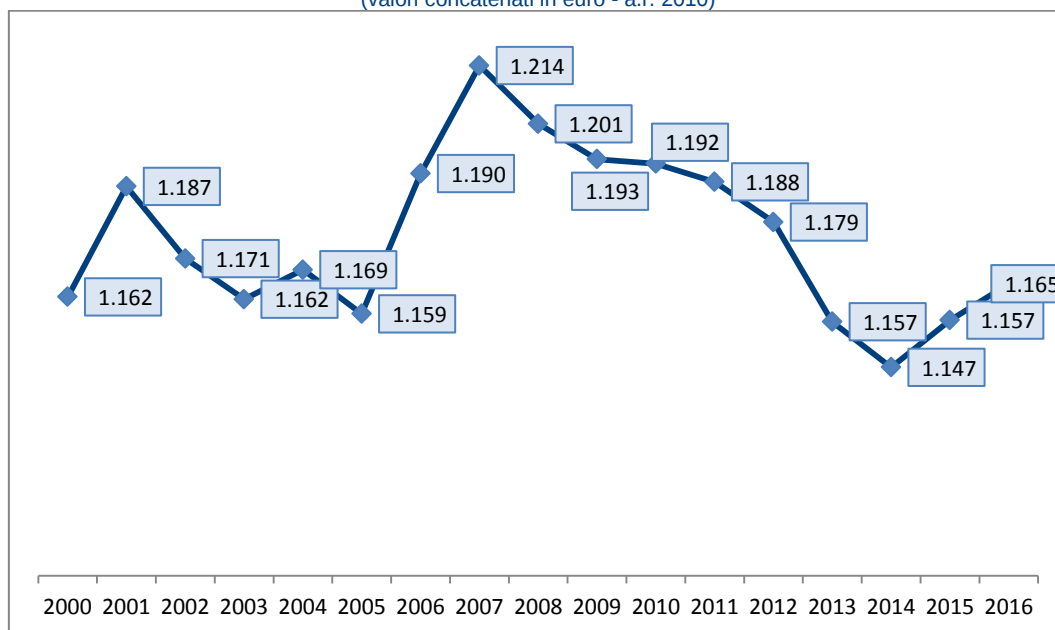


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Nel 2014 la caduta si è fermata ed anzi si è riavviato un percorso di crescita della domanda che si è consolidato nel corso del 2016.

L'impatto della crisi risulta più evidente se dalla domanda aggregata si passa alla spesa pro-capite.

Fig. 5 - Spesa pro-capite per consumi alimentari fuori casa
(valori concatenati in euro - a.r. 2010)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Dal 2007 i consumi nei servizi di ristorazione sono scesi di 49 euro pro-capite. Allargando, tuttavia, la panoramica ad altri Paesi europei, come abbiamo fatto nel paragrafo che segue, emergono alcune interessanti considerazioni sulla tenuta e sulle prospettive del mercato italiano della ristorazione.

1.5 La ristorazione italiana nel contesto europeo

I consumi alimentari valgono in Europa 1.522 miliardi di euro per il 63,1% nel canale domestico e per il restante 36,9% nella ristorazione. Proprio la ristorazione con i suoi 561 miliardi di euro è la cartina di tornasole non solo dello stato di maturità delle diverse economie europee ma anche dei diversi modelli di consumo che ne caratterizzano le società. Ed infatti il peso della ristorazione sul complesso dei

consumi alimentari non segue soltanto l'intuitiva relazione con i livelli di benessere delle popolazioni ma dipende in larga misura dai modelli di consumo in auge nei diversi paesi. E così mentre la ristorazione rappresenta meno del 30% del totale dei consumi alimentari in Germania, la stessa sale al 47,6% nel Regno Unito, al 53,6% in Spagna e addirittura al 59% in Irlanda. In Italia la quota si attesta al 35%, sei punti percentuali al di sopra della Francia.

Tab. 5 - I consumi alimentari in Europa
(anno 2016 - prezzi correnti – valori in milioni di euro)

	Alimentari e bevande non alcoliche	Ristorazione	Totale alimentari
Belgio	27.659	11.797	39.456
Bulgaria*	6.070	1.347	7.417
Repubblica Ceca	13.600	5.388	18.988
Danimarca	14.567	6.882	21.448
Germania	167.313	69.671	236.984
Estonia	2.270	700	2.970
Irlanda	7.991	11.520	19.511
Grecia	22.008	14.765	36.773
Spagna	84.782	98.027	182.809
Francia	158.631	64.773	223.404
Italia	146.861	80.255	227.116
Cipro	1.994	1.211	3.205
Lettonia	2.769	820	3.589
Lituania	5.509	669	6.177
Lussemburgo	1.705	1.096	2.801
Ungheria	10.225	4.430	14.655
Malta	696	681	1.376
Olanda	35.624	19.959	55.583
Austria	18.004	19.248	37.252
Polonia	42.314	6.295	48.610
Portogallo	21.332	10.876	32.208
Romania	n.d.	n.d.	n.d.
Slovenia	3.378	1.245	4.623
Slovacchia	7.745	2.320	10.065
Finlandia	13.508	6.674	20.182
Svezia	24.719	11.299	36.018
Regno Unito	120.129	109.256	229.385

*anno 2014

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Eurostat

Dal punto di vista dei valori assoluti l'Italia è il terzo mercato della ristorazione in Europa dopo Regno Unito e Spagna con un valore di oltre 80 miliardi di euro. La recessione che ha interessato l'economia

mondiale a partire dal 2007-2008 ha avuto un pesante impatto sui consumi, anche sugli alimentari ed in particolare su quelli fuori casa. In Europa tra il 2007 ed il 2016 la contrazione in questo mercato è stata di circa 8 miliardi di euro quasi totalmente ascrivibile alla ristorazione. Da sottolineare la performance della categoria in Italia dove il taglio cumulato è stato di poco meno di 13,4 miliardi di euro in questo caso interamente riconducibile al canale domestico. Nel nostro Paese, infatti, la ristorazione ha guadagnato 2,4 miliardi di euro tra il 2007 e il 2016 mentre Spagna e Regno Unito hanno perso rispettivamente 11 e 3,7 miliardi di euro.

Tab. 6 - La variazione dei consumi alimentari nel periodo 2007-2016

(prezzi costanti – valori in milioni di euro)

	Alimentari e bevande non alcoliche	Ristorazione	Totale alimentari
Belgio	2.464	669	3.133
Bulgaria*	819	226	1.045
Repubblica Ceca	1.681	83	1.764
Danimarca	764	614	1.378
Germania	-281	2.683	2.401
Estonia	238	-11	227
Irlanda	-152	1.715	1.563
Grecia	-4.670	-4.789	-9.458
Spagna	-4.304	-11.034	-15.338
Francia	12.291	1.084	13.375
Italia	-15.893	2.441	-13.453
Cipro	273	55	328
Lettonia	-352	-91	-443
Lituania	-613	212	-402
Lussemburgo	189	92	281
Ungheria	-183	1.082	899
Malta	-82	142	60
Olanda	2.021	-523	1.498
Austria	-325	1.036	711
Polonia	550	1.058	1.607
Portogallo	1.549	- 998	551
Romania	n.d.	n.d.	n.d.
Slovenia	-50	110	60
Slovacchia	652	-294	358
Finlandia	857	-429	428
Svezia	2.195	2.477	4.672
Regno Unito	4.980	-3.687	1.293

*anno 2014

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Eurostat

2

LA CONSISTENZA DELLE IMPRESE



2.1 Il settore complessivo

A dicembre del 2016 negli archivi delle Camere di Commercio italiane risultavano attive 329.787 imprese appartenenti al codice di attività 56 con il quale vengono individuati i servizi di ristorazione.

Tab. 9 - Servizi di ristorazione
(Distribuzione delle imprese attive- anno 2016)

Regione	Valori assoluti	valori %
Piemonte	23.679	7,2
Valle d'Aosta	1.120	0,3
Lombardia	50.675	15,4
Trentino	5.814	1,8
Veneto	26.135	7,9
Friuli V. Giulia	7.249	2,2
Liguria	12.694	3,8
Emilia Romagna	25.227	7,6
Toscana	22.105	6,7
Umbria	4.694	1,4
Marche	8.467	2,6
Lazio	36.106	10,9
Abruzzo	8.033	2,4
Molise	1.909	0,6
Campania	31.360	9,5
Puglia	19.269	5,8
Basilicata	2.697	0,8
Calabria	10.505	3,2
Sicilia	21.301	6,5
Sardegna	10.748	3,3
Italia	329.787	100

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

La Lombardia è la prima regione per presenza di imprese del settore con una quota sul totale pari al 15,4%, seguita da Lazio (10,9%) e Campania (9,5%). Questo dato spiega sufficientemente come la diffusione delle imprese dipenda più da variabili demografiche (la popolazione residente) che da variabili economiche (reddito, consumi, propensione al consumo, ecc.). Ciò non significa, tuttavia, che

sull'insediamento delle imprese non abbiano influito anche variabili di carattere economico.

La rete dei pubblici esercizi è, dunque, ampia e articolata sull'intero territorio nazionale, da nord a sud, da est ad ovest, nei piccoli come nei grandi centri urbani. La ditta individuale resta la forma giuridica prevalente, in particolare nelle regioni del Mezzogiorno dove la quota sul totale raggiunge soglie che arrivano ad oltre il 70% del numero complessivo delle imprese attive (è il caso della Calabria). Le società di persone si confermano opzione diffusa di organizzazione imprenditoriale, soprattutto nelle aree settentrionali del Paese.

Tab. 10 - Servizi di ristorazione
(Distribuzione % delle imprese attive per forma giuridica- anno 2016)

Regione	Società di capitale	Società di persone	ditte individuali	Altre forme	Totale
Piemonte	7,8	39,5	51,7	1,0	100,0
Valle d'Aosta	8,5	45,7	45,0	0,8	100,0
Lombardia	17,8	31,5	49,1	1,5	100,0
Trentino	7,7	41,7	49,6	1,0	100,0
Veneto	12,0	39,2	48,2	0,6	100,0
Friuli V. Giulia	10,4	32,7	56,1	0,8	100,0
Liguria	10,0	40,5	48,8	0,7	100,0
Emilia Romagna	14,5	38,7	46,1	0,7	100,0
Toscana	18,2	38,7	41,8	1,2	100,0
Umbria	18,3	39,0	41,3	1,4	100,0
Marche	14,4	35,2	49,1	1,3	100,0
Lazio	33,4	22,1	43,1	1,5	100,0
Abruzzo	16,2	31,9	51,0	0,9	100,0
Molise	13,2	22,2	63,5	1,2	100,0
Campania	18,6	29,0	51,6	0,8	100,0
Puglia	14,8	20,4	63,7	1,0	100,0
Basilicata	12,5	18,9	66,0	2,6	100,0
Calabria	10,0	17,0	72,2	0,7	100,0
Sicilia	14,5	18,5	64,9	2,0	100,0
Sardegna	15,0	30,1	52,9	2,0	100,0
Nord Ovest	13,9	35,1	49,7	1,3	100,0
Nord Est	12,4	38,5	48,4	0,7	100,0
Centro	25,4	29,9	43,3	1,4	100,0
Sud e Isole	15,5	24,1	59,2	1,2	100,0
Italia	16,6	31,1	51,1	1,2	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

Le società di capitale continuano a rimanere marginali anche se in alcune regioni, il Lazio in particolare, raggiungono una presenza significativa.

2.2 Il comparto bar

Il bar rappresenta una delle articolazioni forti della rete dei pubblici esercizi. Nei registri delle Camere di Commercio si contano 149.429 imprese appartenenti al codice di attività 56.3 (bar e altri esercizi simili senza cucina). In sei regioni (Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Toscana, Lazio e Campania) si concentrano i due terzi delle imprese del settore.

Tab. 11 - Bar e altri esercizi simili senza cucina
(Distribuzione delle imprese attive- anno 2016)

Regione	Valori assoluti	valori %
Piemonte	10.801	7,2
Valle d'Aosta	517	0,3
Lombardia	25.223	16,9
Trentino	2.694	1,8
Veneto	12.555	8,4
Friuli V. Giulia	3.548	2,4
Liguria	5.959	4,0
Emilia Romagna	11.822	7,9
Toscana	8.897	6,0
Umbria	2.073	1,4
Marche	3.460	2,3
Lazio	15.533	10,4
Abruzzo	3.263	2,2
Molise	883	0,6
Campania	14.376	9,6
Puglia	8.421	5,6
Basilicata	1.405	0,9
Calabria	4.485	3,0
Sicilia	8.445	5,7
Sardegna	5.069	3,4
Italia	149.429	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

Il 54,2% di queste imprese è una ditta individuale e la variabilità regionale intorno a questo valore medio è assai sostenuta. La forbice va dal valore minimo dell'Umbria (42,5%) al massimo della Calabria (77,8%).

Il 32,4% delle imprese è attiva come società di persone, mentre la quota delle società di capitale è di poco al di sopra del 12%. In tale contesto merita una segnalazione il 12,3% della Lombardia al Nord, il 26,0% del Lazio al centro e il 14,7% della Campania al Sud. Alle "altre forme giuridiche" che ricomprendono, ad esempio, le cooperative va la quota residua dell'1,2%.

Tab. 12 - Bar e altri esercizi simili senza cucina
(Distribuzione % delle imprese attive per forma giuridica- anno 2016)

Regione	Società' di capitale	Società' di persone	ditte individuali	Altre forme	Totale
Piemonte	5,1	40,8	53,1	1,1	100,0
Valle d'Aosta	6,8	45,8	46,0	1,4	100,0
Lombardia	12,3	32,5	53,0	2,2	100,0
Trentino	5,4	42,4	50,9	1,3	100,0
Veneto	7,5	40,2	51,7	0,6	100,0
Friuli V. Giulia	7,6	30,9	60,6	0,9	100,0
Liguria	7,1	41,5	50,8	0,6	100,0
Emilia Romagna	9,5	42,0	47,6	0,9	100,0
Toscana	13,7	41,1	43,8	1,4	100,0
Umbria	14,3	41,8	42,5	1,4	100,0
Marche	10,1	37,5	51,1	1,3	100,0
Lazio	26,0	23,8	49,0	1,3	100,0
Abruzzo	12,4	32,6	54,2	0,7	100,0
Molise	10,5	18,9	70,1	0,5	100,0
Campania	14,7	30,3	54,4	0,6	100,0
Puglia	11,9	19,6	67,8	0,7	100,0
Basilicata	10,1	17,4	70,2	2,3	100,0
Calabria	7,8	14,0	77,8	0,4	100,0
Sicilia	11,6	18,4	68,5	1,6	100,0
Sardegna	12,8	33,7	51,8	1,7	100,0
Nord Ovest	9,6	36,0	52,6	1,7	100,0
Nord Est	8,1	40,0	51,1	0,8	100,0
Centro	19,7	31,8	47,2	1,3	100,0
Sud e Isole	12,4	24,5	62,2	1,0	100,0
Italia	12,2	32,4	54,2	1,2	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

2.3 Il comparto ristorazione

Il numero delle imprese registrate con il codice di attività 56.1 (ristoranti e attività di ristorazione mobile) ammonta a 177.241 unità.

Tab. 13 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile
(Distribuzione delle imprese attive - anno 2016)

Regione	Valori assoluti	valori %
Piemonte	12.706	7,2
Valle d'Aosta	598	0,3
Lombardia	24.836	14,0
Trentino	3.054	1,7
Veneto	13.425	7,6
Friuli V. Giulia	3.669	2,1
Liguria	6.662	3,8
Emilia Romagna	13.265	7,5
Toscana	12.984	7,3
Umbria	2.566	1,4
Marche	4.946	2,8
Lazio	20.135	11,4
Abruzzo	4.686	2,6
Molise	1.002	0,6
Campania	16.619	9,4
Puglia	10.723	6,0
Basilicata	1.256	0,7
Calabria	5.908	3,3
Sicilia	12.632	7,1
Sardegna	5.569	3,1
Italia	177.241	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

Il sorpasso dei ristoranti sul bar è il risultato di un'evoluzione del mercato che si è accompagnata al cambiamento del sistema delle regole grazie ai quali gli imprenditori privilegiano di qualificarsi come ristoranti, anziché bar, per disporre di meno vincoli nello svolgimento dell'attività. Anche tra i ristoranti le ditte individuali costituiscono la maggioranza delle imprese. Poco meno di una su due è organizzata con questa forma giuridica.

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

Le società di capitale sono il 19,9% del totale con punte del 38,5% nel Lazio e del 22,7% in Lombardia.

Tab. 14 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile

(Distribuzione % delle imprese attive per forma giuridica- anno 2016)

Regione	Società di capitale	Società di persone	ditte individuali	Altre forme	Totale
Piemonte	9,9	38,5	50,8	0,9	100,0
Valle d'Aosta	9,7	45,7	44,5	0,2	100,0
Lombardia	22,7	30,9	45,7	0,7	100,0
Trentino	9,5	41,3	48,7	0,5	100,0
Veneto	15,8	38,5	45,2	0,5	100,0
Friuli V. Giulia	12,9	34,5	52,0	0,6	100,0
Liguria	12,4	39,7	47,2	0,7	100,0
Emilia Romagna	18,7	35,9	44,9	0,5	100,0
Toscana	21,0	37,4	40,6	1,0	100,0
Umbria	21,1	37,1	40,9	1,0	100,0
Marche	17,3	33,6	48,0	1,1	100,0
Lazio	38,5	21,0	39,0	1,5	100,0
Abruzzo	18,6	31,6	49,1	0,7	100,0
Molise	15,4	25,4	58,7	0,5	100,0
Campania	21,5	28,1	49,8	0,6	100,0
Puglia	16,8	21,3	60,9	1,0	100,0
Basilicata	15,0	20,5	62,6	1,9	100,0
Calabria	11,3	19,4	68,7	0,6	100,0
Sicilia	16,2	18,6	63,2	2,0	100,0
Sardegna	16,8	27,1	54,2	1,9	100,0
Nord Ovest	17,4	34,5	47,3	0,8	100,0
Nord Est	16,1	37,3	46,2	0,5	100,0
Centro	29,2	28,8	40,7	1,2	100,0
Sud e Isole	17,5	23,9	57,5	1,1	100,0
Italia	19,9	30,2	48,9	0,9	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

2.4 Il comparto mense&catering

Le imprese che svolgono attività di banqueting, di fornitura di pasti preparati e di ristorazione collettiva sono poco più di 3.000, concentrate principalmente in Lombardia, Lazio, Campania e Toscana.

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

(Distribuzione delle imprese attive- anno 2016)

Regione	Valori assoluti	valori %
Piemonte	172	5,5
Valle d'Aosta	5	0,2
Lombardia	616	19,8
Trentino	66	2,1
Veneto	155	5,0
Friuli V. Giulia	32	1,0
Liguria	73	2,3
Emilia Romagna	140	4,5
Toscana	224	7,2
Umbria	55	1,8
Marche	61	2,0
Lazio	438	14,1
Abruzzo	84	2,7
Molise	24	0,8
Campania	365	11,7
Puglia	125	4,0
Basilicata	36	1,2
Calabria	112	3,6
Sicilia	224	7,2
Sardegna	110	3,5
Italia	3.117	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

La presenza degli scali aeroportuali nei quali si svolge il servizio di catering aereo spiega, almeno in parte, le densità rilevate in Lombardia e Lazio. Dal punto di vista della forma giuridica da segnalare la sostanziale differenza di questo comparto dagli altri fin qui analizzati.

Le ditte individuali non sono più maggioranza relativa o addirittura assoluta mentre lo diventano le società di capitale con una quota sul totale di oltre il 40,0%.

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

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

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

(Distribuzione % delle imprese attive per forma giuridica- dicembre 2016)

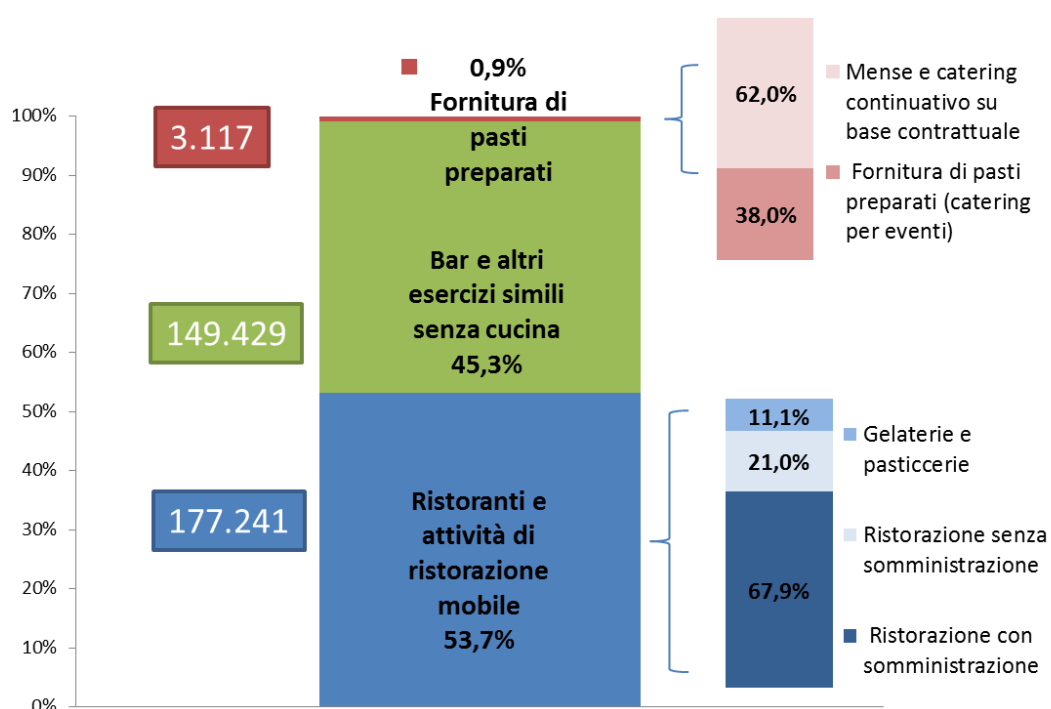
Regione	Societa' di capitale	Societa' di persone	ditte individuali	Altre forme	Totale
Piemonte	25,6	30,8	34,3	9,3	100,0
Valle d'Aosta	40,0	40,0	0,0	20,0	100,0
Lombardia	48,2	16,7	28,4	6,7	100,0
Trentino	12,1	36,4	34,8	16,7	100,0
Veneto	41,9	21,3	26,5	10,3	100,0
Friuli V. Giulia	31,3	25,0	31,3	12,5	100,0
Liguria	26,0	34,2	32,9	6,8	100,0
Emilia Romagna	40,0	22,1	31,4	6,4	100,0
Toscana	40,6	21,0	27,2	11,2	100,0
Umbria	40,0	23,6	18,2	18,2	100,0
Marche	32,8	26,2	27,9	13,1	100,0
Lazio	59,1	9,4	21,7	9,8	100,0
Abruzzo	33,3	15,5	34,5	16,7	100,0
Molise	20,8	4,2	20,8	54,2	100,0
Campania	43,3	21,1	21,1	14,5	100,0
Puglia	40,8	6,4	33,6	19,2	100,0
Basilicata	16,7	19,4	25,0	38,9	100,0
Calabria	35,7	12,5	33,0	18,8	100,0
Sicilia	34,8	14,3	27,7	23,2	100,0
Sardegna	25,5	21,8	33,6	19,1	100,0
Nord Ovest	41,8	21,1	29,8	7,3	100,0
Nord Est	35,4	24,4	30,0	10,2	100,0
Centro	50,4	15,0	23,5	11,1	100,0
Sud e Isole	36,5	16,3	27,6	19,6	100,0
Italia	41,3	18,4	27,5	12,9	100,0

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

2.5 La segmentazione delle imprese

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

Fig. 6 – La segmentazione delle imprese di ristorazione



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

Oltre la metà dell'offerta è riconducibile all'universo dei ristoranti nei quali, tuttavia, vengono incluse, come abbiamo visto, anche pasticcerie e gelaterie (11,1% del totale). I due terzi dei "ristoranti" sono con servizio mentre le formule *take away* rappresentano il 21% del totale. L'altro grosso "blocco" di offerta è costituito dal bar (45,3% del totale).

3

IL MOVIMPRESE

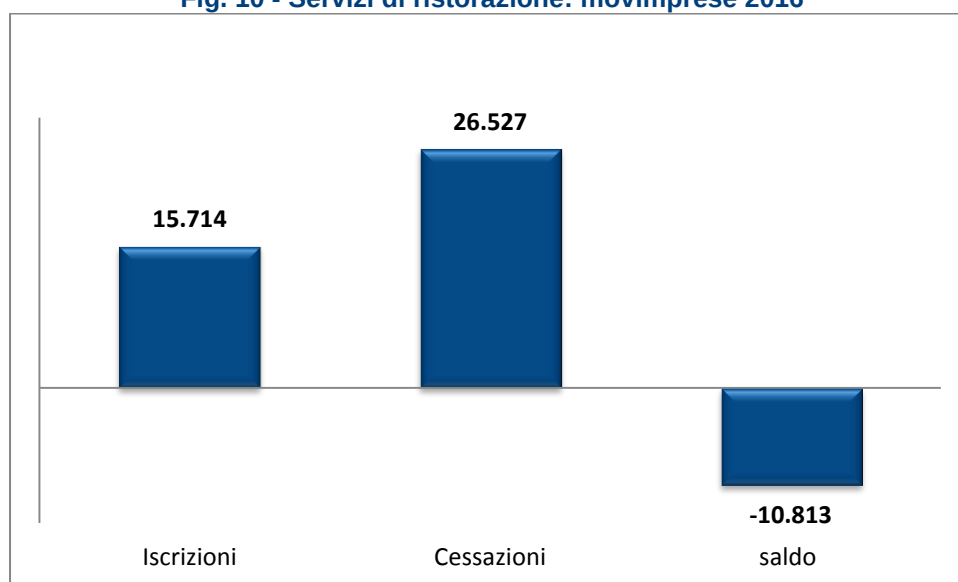


3.1 Il settore complessivo

Il turn over imprenditoriale nei servizi di ristorazione continua a rimanere elevato a conferma della sostanziale fragilità del tessuto produttivo del settore pur in presenza di una congiuntura che risulta meno sfavorevole.

Nel 2016 hanno avviato l'attività 15.714 imprese mentre circa 26.500 l'hanno cessata. Il saldo è negativo per oltre 10mila unità.

Fig. 10 - Servizi di ristorazione: movimprese 2016



Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Infocamere

Consistente è la contrazione delle società di persone dove il saldo negativo tocca quasi le 6.000 unità e delle ditte individuali (-4.725).

Un buon indicatore del grado di dinamicità è rappresentato dal tasso di imprenditorialità costruito come rapporto tra il flusso delle imprese in un determinato arco temporale e lo stock delle imprese. A livello nazionale il settore ha perso 3,3 imprese ogni 100 attive con una sostanziale omogeneità nelle diverse aree territoriali.

Tab. 17 - Servizi di ristorazione: saldo delle imprese per forma giuridica
(iscritte - cessate, anno 2016)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-1	-654	-478	4	-1.129
Valle d'Aosta	2	-18	-3	-2	-21
Lombardia	-103	-640	-647	6	-1.384
Trentino	6	-109	-115	-1	-219
Veneto	-30	-494	-453	2	-975
Friuli V. Giulia	8	-110	-134	5	-231
Liguria	-25	-214	-218	-1	-458
Emilia Romagna	-27	-546	-388	1	-960
Toscana	-4	-351	-352	-1	-708
Umbria	2	-91	-90	0	-179
Marche	6	-163	-176	4	-329
Lazio	-166	-397	-589	-2	-1.154
Abruzzo	6	-119	-128	3	-238
Molise	7	-15	-40	2	-46
Campania	-54	-500	-243	-2	-799
Puglia	-27	-210	-374	8	-603
Basilicata	0	-28	-30	3	-55
Calabria	22	-67	-163	1	-207
Sicilia	-9	-232	-587	-8	-836
Sardegna	11	-140	-150	-3	-282
Nord Ovest	-127	-1.526	-1.346	7	-2.992
Nord Est	-43	-1.259	-1.090	7	-2.385
Centro	-162	-1.002	-1.207	1	-2.370
Sud e Isole	-44	-1.311	-1.715	4	-3.066
Italia	-376	-5.098	-5.358	19	-10.813

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

Entrando più dettagliatamente nei territori si scopre che in numerose regioni l'indicatore assume valori molto al di sotto del già negativo valore medio. E' il caso della Valle d'Aosta (-4,6%), del Molise (-4,5%) e di Sicilia e Piemonte (-4,2% per entrambi).

Tab. 18 - Il tasso di imprenditorialità nei servizi di ristorazione
(saldo/imprese attive – val. % anno 2016)

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

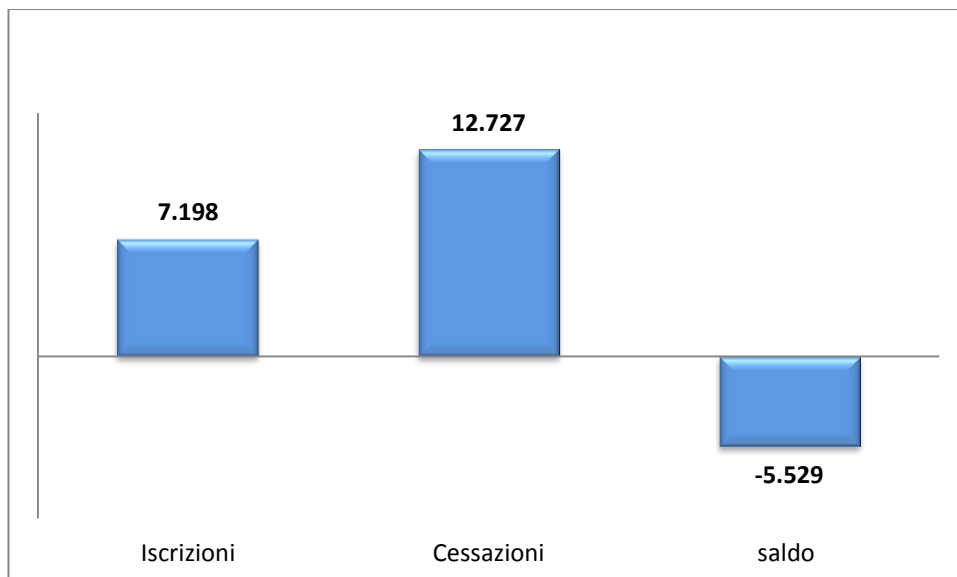
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

3.2 Il comparto bar

Nel 2016 hanno avviato l'attività 7.198 imprese e meno di 12mila l'hanno cessata. Il saldo è stato negativo per 5.529 unità.

Un turn over consistente che smentisce i numerosi luoghi comuni che descrivono il bar come un'impresa semplice. Se così fosse risulterebbe difficile capire perché ogni anno circa il 10% dello stock di imprese è costretto a tirar giù la saracinesca.

Fig. 11 - Bar e caffè: movimprese 2016



Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Infocamere

L'analisi della natalità e della mortalità per forma giuridica indica che il tessuto imprenditoriale più vivace, ma anche più fragile, è proprio quello delle ditte individuali. E' qui che si concentra la quota più consistente di imprese che avviano l'attività ma anche quella delle imprese che la cessano con un risultato di quasi bilanciamento che evidenzia un turn over molto consistente. Il dato fortemente negativo che caratterizza i flussi imprenditoriali collegati alle società di persone meriterebbe maggiori approfondimenti che, tuttavia, non trovano fattori di declinazione nelle informazioni qui disponibili.

Il saldo tra imprese iscritte ed imprese cessate è particolarmente significativo nel nord dove pesano in modo determinante le *performance* negative di Piemonte, Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna. Al sud va segnalato il brutto risultato della Sicilia (-330 imprese).

**Tab. 19 - Bar e altri esercizi simili senza cucina:
saldo delle imprese per forma giuridica**
(iscritte - cessate, anno 2016)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-10	-362	-253	0	-625
Valle d'Aosta	0	-12	0	-1	-13
Lombardia	-61	-370	-485	4	-912
Trentino	1	-73	-52	-2	-126
Veneto	-33	-292	-251	2	-574
Friuli V. Giulia	0	-65	-45	2	-108
Liguria	-19	-96	-117	-1	-233
Emilia Romagna	-12	-331	-167	0	-510
Toscana	-9	-168	-184	0	-361
Umbria	2	-39	-42	0	-79
Marche	-8	-74	-63	2	-143
Lazio	-52	-191	-270	0	-513
Abruzzo	1	-40	-54	1	-92
Molise	2	-4	-16	1	-17
Campania	14	-229	-95	0	-310
Puglia	-11	-74	-229	5	-309
Basilicata	6	-10	-14	2	-16
Calabria	-3	-27	-64	0	-94
Sicilia	-2	-95	-230	-3	-330
Sardegna	13	-88	-87	-2	-164
Nord Ovest	-90	-840	-855	2	-1.783
Nord Est	-44	-761	-515	2	-1.318
Centro	-67	-472	-559	2	-1.096
Sud e Isole	20	-567	-789	4	-1.332
Italia	-181	-2.640	-2.718	10	-5.529

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

L'analisi per forma giuridica evidenzia alcune differenze tra Centro-Nord e Mezzogiorno in termini di contributi ai saldi. Al Nord ed al Centro pesano società di capitale e società di persone, al Sud società di persone e ditte individuali.

Il tasso di imprenditorialità è pari a -3,7%. In sostanza nel 2016 lo stock di imprese è diminuito di 3,7 unità ogni 100 imprese attive.

L'analisi per forma giuridica evidenzia la tenuta delle società di capitale (-1,0%).

Tab. 20 - Bar e altri esercizi simili senza cucina: tasso di imprenditorialità
(saldo/imprese attive – val. % anno 2016)

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

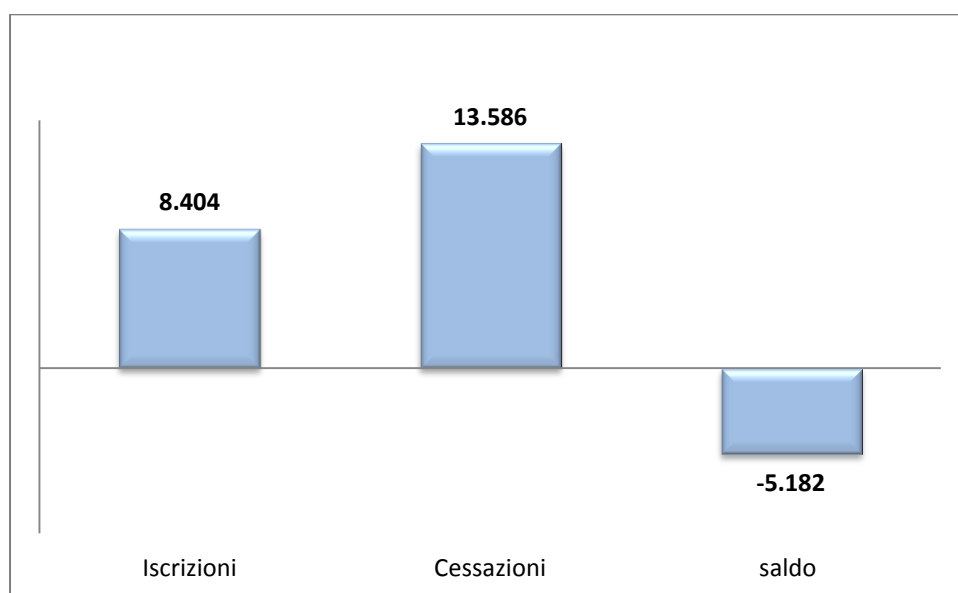
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

3.3 Il comparto ristorazione

Nel 2016 hanno avviato l'attività 8.404 imprese di ristorazione e più di tredicimila hanno chiuso con un saldo negativo pari a 5.182 unità. La nati-mortalità per forma giuridica evidenzia una situazione critica per tutte le forme giuridiche, con poca differenza tra le ditte individuali e le società di persone. Le regioni più penalizzate sono Lazio, Sicilia, Piemonte.

Il tasso di imprenditorialità è stato del -2,9%. Le ditte individuali si attestano a -3%, mentre le società di persone presentano tassi sensibilmente peggiori.

Fig. 12 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile: movimprese 2016



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

**Tab. 21 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile:
saldo delle imprese per forma giuridica** (iscritte - cessate, anno 2016)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	11	-289	-218	4	-492
Valle d'Aosta	2	-6	-3	-1	-8
Lombardia	-38	-263	-162	1	-462
Trentino	5	-36	-59	1	-89
Veneto	4	-199	-202	0	-397
Friuli V. Giulia	8	-44	-89	3	-122
Liguria	-5	-120	-100	0	-225
Emilia Romagna	-12	-213	-219	0	-444
Toscana	4	-180	-165	-1	-342
Umbria	-1	-53	-46	0	-100
Marche	13	-88	-114	2	-187
Lazio	-102	-203	-310	1	-614
Abruzzo	5	-76	-73	1	-143
Molise	4	-11	-22	1	-28
Campania	-66	-263	-145	-3	-477
Puglia	-17	-135	-141	3	-290
Basilicata	-6	-19	-16	1	-40
Calabria	25	-39	-97	1	-110
Sicilia	-6	-132	-354	-5	-497
Sardegna	-1	-52	-62	0	-115
Nord Ovest	-30	-678	-483	4	-1.187
Nord Est	5	-492	-569	4	-1.052
Centro	-86	-524	-635	2	-1.243
Sud e Isole	-62	-727	-910	-1	-1.700
Italia	-173	-2.421	-2.597	9	-5.182

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

Tab. 22 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile: tasso di imprenditorialità
(saldo/imprese attive, anno 2016)

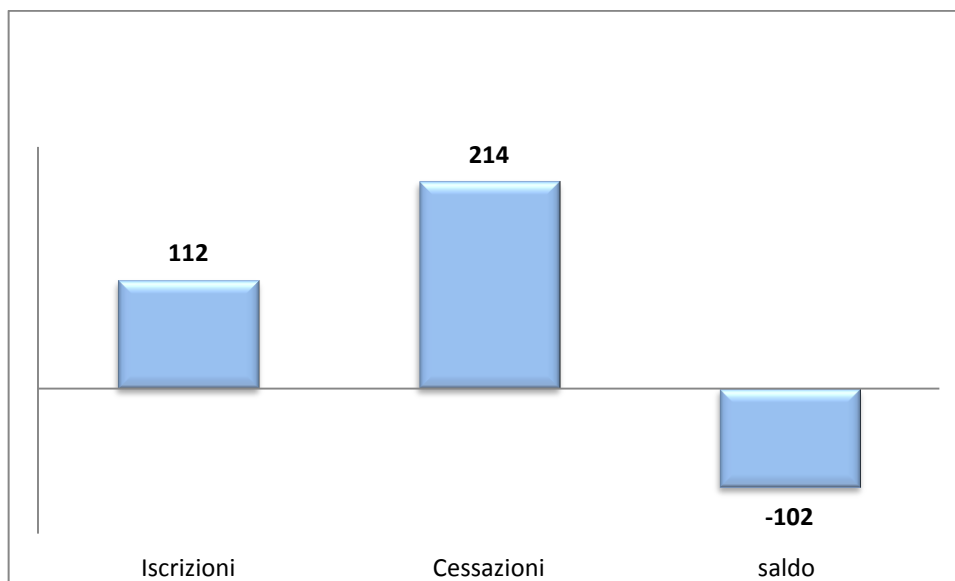
Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	0,9	-5,9	-3,4	3,5	-3,9
Valle d'Aosta	3,4	-2,2	-1,1	-100,0	-1,3
Lombardia	-0,7	-3,4	-1,4	0,6	-1,9
Trentino	1,7	-2,9	-4,0	7,1	-2,9
Veneto	0,2	-3,9	-3,3	0,0	-3,0
Friuli V. Giulia	1,7	-3,5	-4,7	13,0	-3,3
Liguria	-0,6	-4,5	-3,2	0,0	-3,4
Emilia Romagna	-0,5	-4,5	-3,7	0,0	-3,3
Toscana	0,1	-3,7	-3,1	-0,8	-2,6
Umbria	-0,2	-5,6	-4,4	0,0	-3,9
Marche	1,5	-5,3	-4,8	3,6	-3,8
Lazio	-1,3	-4,8	-3,9	0,3	-3,0
Abruzzo	0,6	-5,1	-3,2	3,0	-3,1
Molise	2,6	-4,3	-3,7	20,0	-2,8
Campania	-1,8	-5,6	-1,8	-3,0	-2,9
Puglia	-0,9	-5,9	-2,2	2,8	-2,7
Basilicata	-3,2	-7,4	-2,0	4,2	-3,2
Calabria	3,8	-3,4	-2,4	2,8	-1,9
Sicilia	-0,3	-5,6	-4,4	-2,0	-3,9
Sardegna	-0,1	-3,5	-2,1	0,0	-2,1
Nord Ovest	-0,4	-4,4	-2,3	1,2	-2,6
Nord Est	0,1	-3,9	-3,7	2,4	-3,1
Centro	-0,7	-4,5	-3,8	0,4	-3,1
Sud e Isole	-0,6	-5,2	-2,7	-0,2	-2,9
Italia	-0,5	-4,5	-3,0	0,5	-2,9

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

3.4 Il comparto mense&catering

Le ridotte dimensioni del settore si riflettono anche sul turn over imprenditoriale. Circa 110 imprese hanno avviato l'attività, 214 l'hanno cessata con un saldo negativo pari a 102 unità. Su questo comparto non c'è molto da dire se non che si caratterizza per una maggiore movimentazione delle società anziché delle ditte individuali. E' la conseguenza della sua stessa struttura imprenditoriale. A livello regionale i contributi maggiori vengono da Lombardia, Lazio, Piemonte, e Campania. Circa due terzi del saldo sono determinati da queste regioni. Il tasso di imprenditorialità è negativo con un valore medio nazionale del -3,3%. Il Centro si attesta sopra la media.

Fig. 13 - Mense e catering: movimprese 2016



Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Infocamere

Tab. 23 - Fornitura di pasti preparati e altri servizi di ristorazione: saldo delle imprese per forma giuridica (iscritte - cessate, anno 2016)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-2	-3	-7	0	-12
Valle d'Aosta	0	0	0	0	0
Lombardia	-4	-7	0	1	-10
Trentino	0	0	-4	0	-4
Veneto	-1	-3	0	0	-4
Friuli V. Giulia	0	-1	0	0	-1
Liguria	-1	2	-1	0	0
Emilia Romagna	-3	-2	-2	1	-6
Toscana	1	-3	-3	0	-5
Umbria	1	1	-2	0	0
Marche	1	-1	1	0	1
Lazio	-12	-3	-9	-3	-27
Abruzzo	0	-3	-1	1	-3
Molise	1	0	-2	0	-1
Campania	-2	-8	-3	1	-12
Puglia	1	-1	-4	0	-4
Basilicata	0	1	0	0	1
Calabria	0	-1	-2	0	-3
Sicilia	-1	-5	-3	0	-9
Sardegna	-1	0	-1	-1	-3
Nord Ovest	-7	-8	-8	1	-22
Nord Est	-4	-6	-6	1	-15
Centro	-9	-6	-13	-3	-31
Sud e Isole	-2	-17	-16	1	-34
Italia	-22	-37	-43	0	-102

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

**Tab. 24 - Fornitura di pasti preparati e altri servizi di ristorazione:
tasso di imprenditorialità**
(saldo/imprese attive, anno 2016)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-4,5	-5,7	-11,9	0,0	-7,0
Valle d'Aosta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lombardia	-1,3	-6,8	0,0	2,4	-1,6
Trentino	0,0	0,0	-17,4	0,0	-6,1
Veneto	-1,5	-9,1	0,0	0,0	-2,6
Friuli V. Giulia	0,0	-12,5	0,0	0,0	-3,1
Liguria	-5,3	8,0	-4,2	0,0	0,0
Emilia Romagna	-5,4	-6,5	-4,5	11,1	-4,3
Toscana	1,1	-6,4	-4,9	0,0	-2,2
Umbria	4,5	7,7	-20,0	0,0	0,0
Marche	5,0	-6,3	5,9	0,0	1,6
Lazio	-4,6	-7,3	-9,5	-7,0	-6,2
Abruzzo	0,0	-23,1	-3,4	7,1	-3,6
Molise	20,0	0,0	-40,0	0,0	-4,2
Campania	-1,3	-10,4	-3,9	1,9	-3,3
Puglia	2,0	-12,5	-9,5	0,0	-3,2
Basilicata	0,0	14,3	0,0	0,0	2,8
Calabria	0,0	-7,1	-5,4	0,0	-2,7
Sicilia	-1,3	-15,6	-4,8	0,0	-4,0
Sardegna	-3,6	0,0	-2,7	-4,8	-2,7
Nord Ovest	-1,9	-4,4	-3,1	1,6	-2,5
Nord Est	-2,9	-6,3	-5,1	2,5	-3,8
Centro	-2,3	-5,1	-7,1	-3,5	-4,0
Sud e Isole	-0,5	-9,7	-5,4	0,5	-3,1
Italia	-1,7	-6,5	-5,0	0,0	-3,3

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

3.5 Il periodo gennaio-settembre 2017

Nei primi nove mesi del 2017 hanno avviato l'attività 10.835 imprese mentre 19.235 l'hanno cessata determinando un saldo negativo pari a 8.400 unità.

Tab. 25 - Servizi di ristorazione
(Imprese iscritte e cessate gen.-set. 2017)

Regione	Iscritte	Cessate	Saldo
Piemonte	835	1539	-704
Valle d'Aosta	31	60	-29
Lombardia	1.926	3001	-1075
Trentino	169	408	-239
Veneto	844	1.562	-718
Friuli V. Giulia	216	430	-214
Liguria	422	642	-220
Emilia Romagna	922	1.537	-615
Toscana	658	1.349	-691
Umbria	118	337	-219
Marche	306	549	-243
Lazio	805	1.714	-909
Abruzzo	245	522	-277
Molise	48	97	-49
Campania	1.178	1.804	-626
Puglia	720	1.354	-634
Basilicata	93	137	-44
Calabria	486	562	-76
Sicilia	509	1.106	-597
Sardegna	304	525	-221
Italia	10.835	19.235	-8.400

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Infocamere

4

LE PERFORMANCE ECONOMICHE

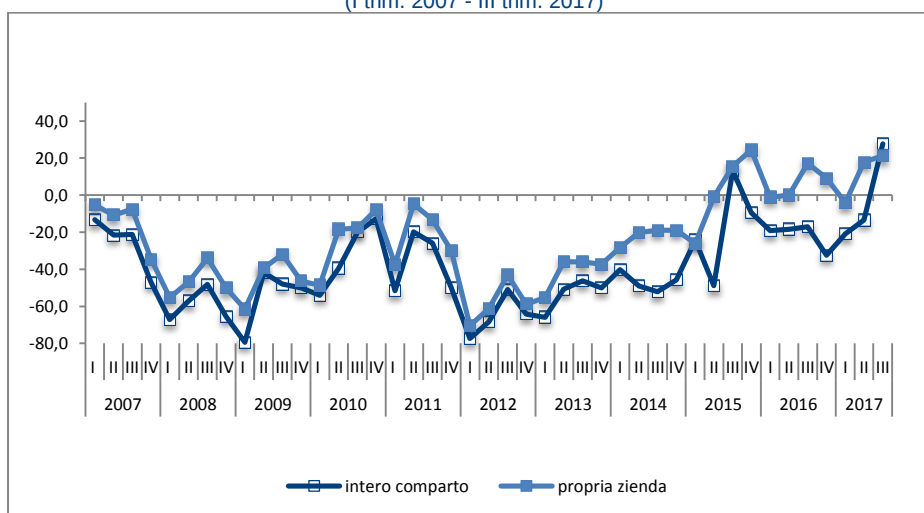


4.2 La congiuntura secondo l'osservatorio Fipe

Il maggiore ottimismo dei ristoratori verso un miglioramento del quadro congiunturale si riflette sia sulle performance delle singole imprese sia sul trend dell'intero settore.

Nel terzo trimestre 2017 il saldo grezzo delle risposte relativo alle performance aziendali migliora di 4 punti passando da 17,1 del III trimestre 2016 a +21,2 del III trimestre 2017, e quello relativo all'intero settore sale addirittura di 44,6 punti.

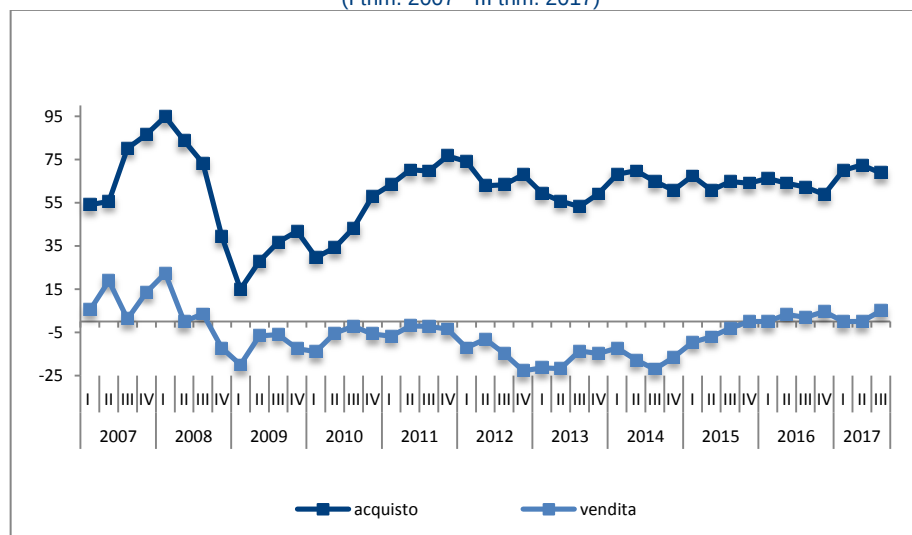
Fig. 13 - Fatturato - saldi grezzi delle variazioni
(I trim. 2007 - III trim. 2017)



Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Il miglioramento della congiuntura sembra riflettersi anche sui listini. I prezzi di vendita e i costi di approvvigionamento vengono dati in leggero rialzo rispetto ad un anno fa.

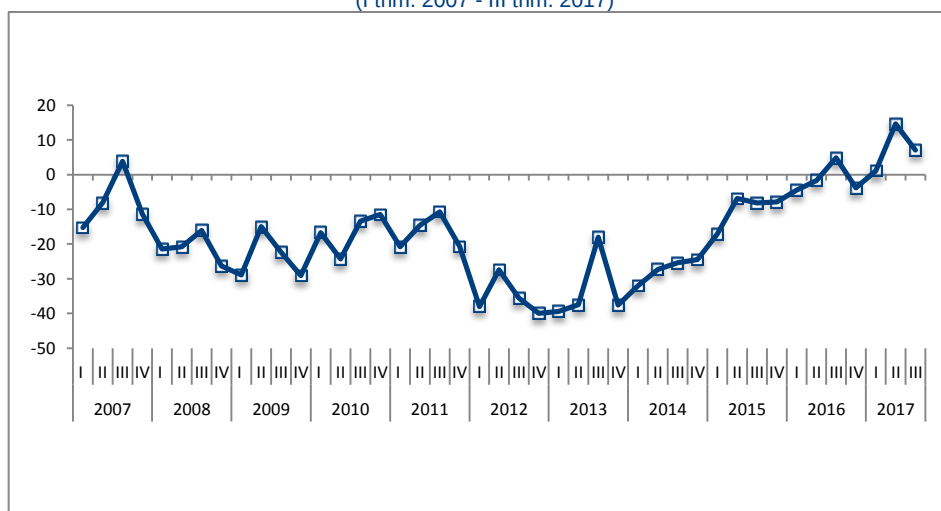
Fig. 14 - I prezzi - saldi grezzi delle variazioni
(I trim. 2007 - III trim. 2017)



Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Le valutazioni sui flussi di clientela si allineano a quelle sul fatturato a testimonianza di un diffuso miglioramento delle condizioni della domanda. Il saldo guadagna quattro punti rispetto allo stesso periodo del 2016.

Fig. 15 - Occupazione - saldi grezzi delle variazioni
(I trim. 2007 - III trim. 2017)



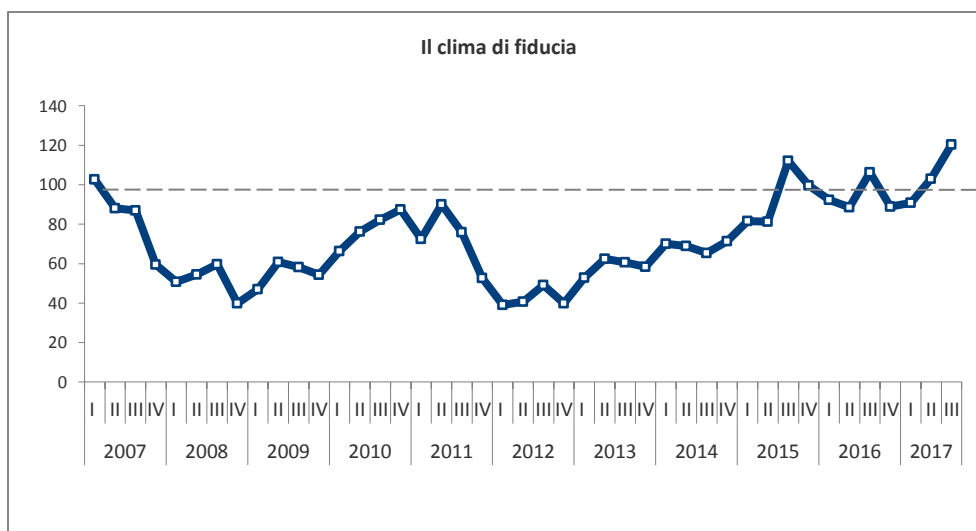
Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

Le valutazioni sulla dinamica dell'occupazione risentono del miglioramento del clima generale. Il saldo resta di segno positivo e migliora di 2,3 punti percentuali rispetto al terzo trimestre del 2016.

Le aspettative per l'ultimo trimestre dell'anno risentono del miglioramento del quadro congiunturale sia riguardo alle performance economiche che all'occupazione. Si attende un lieve ritocco dei listini.

Nel terzo trimestre 2017 l'indicatore sintetico sul clima di fiducia cresce di 14 punti e consolida il trend positivo degli ultimi tre trimestri.

Fig. 16 - Il clima di fiducia



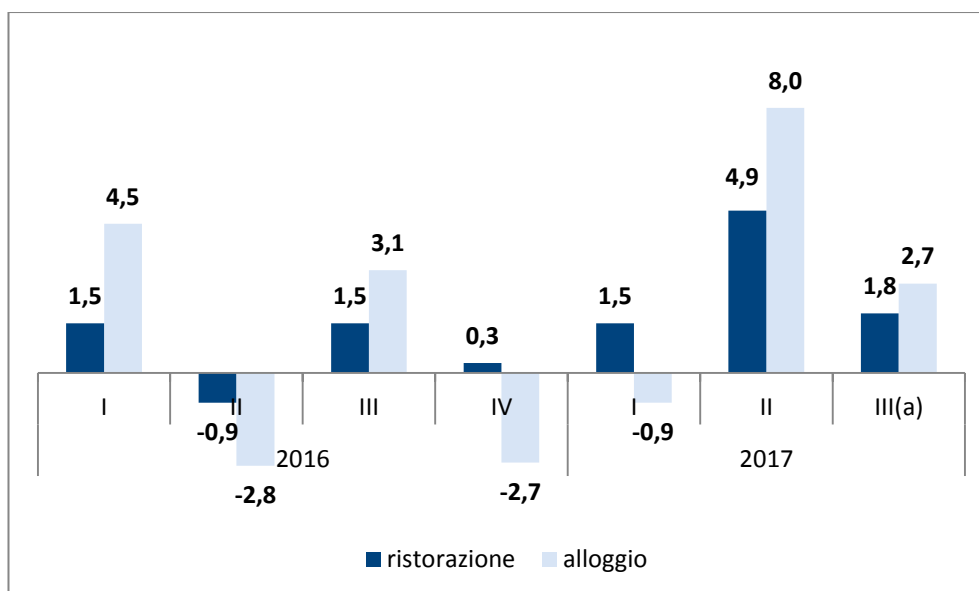
Fonte: osservatorio congiunturale Fipe

4.1 Il Fatturato delle imprese di ristorazione

Nel terzo trimestre del 2017 l'indice del fatturato (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) delle imprese che erogano servizi di ristorazione (bar, ristoranti, mense) è stato pari a 113,1 segnando una variazione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente dell'1,8%. Nel complesso del turismo (alloggio e ristorazione) l'indice del fatturato ha segnato un incremento del 2,2% per effetto della migliore performance dei servizi di alloggio (+2,7%).

Nei primi nove mesi dell'anno l'incremento tendenziale del fatturato della ristorazione è stato del 2,7% a fronte di una dinamica inflazionistica dell'1,3%. L'evidenza è di una crescita reale che risulta perfettamente coerente con la dinamica del *sentiment* di cui si è parlato nel paragrafo precedente

Fig. 17 - Fatturato dei servizi - Attività dei servizi di ristorazione
(variazioni tendenziali percentuali)

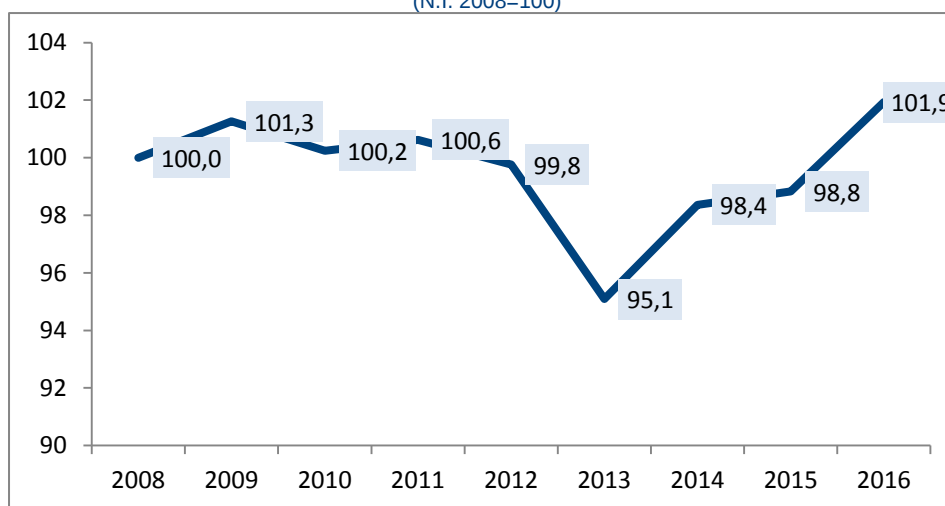


Fonte: elaborazione C.S.Fipe su dati Istat

4.3 Il valore aggiunto²

Il valore aggiunto dei servizi di ristorazione è stimato nel 2016 in oltre 41 miliardi di euro. Dall'avvio della crisi la ricchezza prodotta dalle imprese del settore ha assunto un profilo dapprima di stagnazione ed in seguito di contrazione. Tra il 2011 ed il 2013 la contrazione è stata di cinque punti percentuali ma negli ultimi tre anni l'aggregato ha ripreso un profilo di crescita tornando al di sopra dei livelli pre-crisi.

Fig. 18 - La dinamica del valore aggiunto della ristorazione
(N.I. 2008=100)



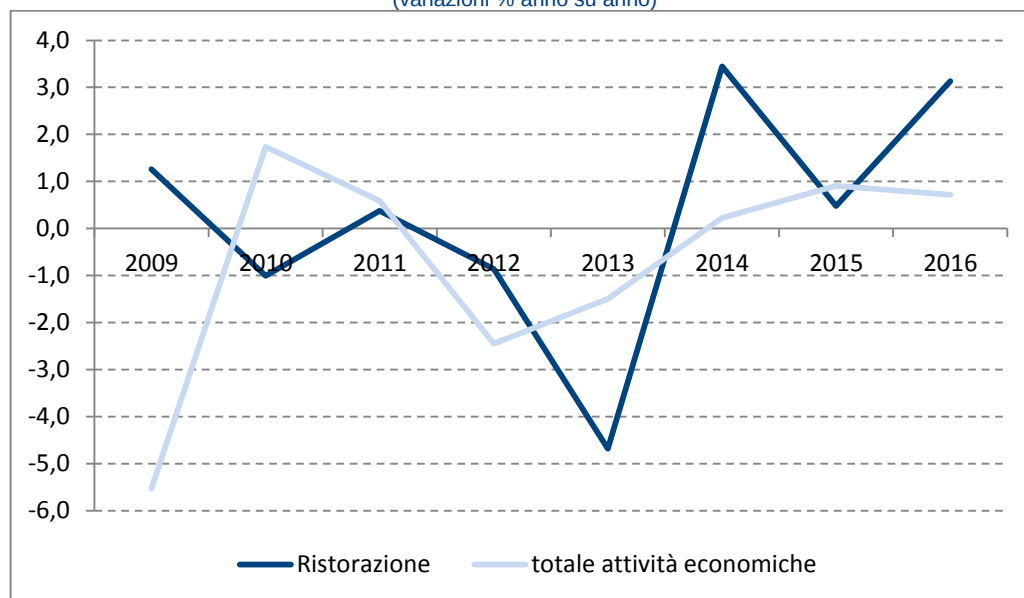
Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

L'impatto della crisi sulle performance del settore della ristorazione è avvenuto con un certo ritardo ma ha dispiegato i propri effetti negativi nel biennio 2012-2013 quando ha cumulato, come abbiamo visto, una contrazione di oltre il 5% a cui ha significativamente contribuito proprio il risultato del 2013.

² I dati presentati in questo paragrafo come in quello sull'occupazione sono stimati perché nel nuovo SEC 2010 i valori diffusi riguardano l'aggregato "alberghi e pubblici esercizi"

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

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



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

4.4 L'occupazione

4.4.1 Le unità di lavoro

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

L'input di lavoro del 2016 è superiore del 3,3% rispetto all'anno precedente.

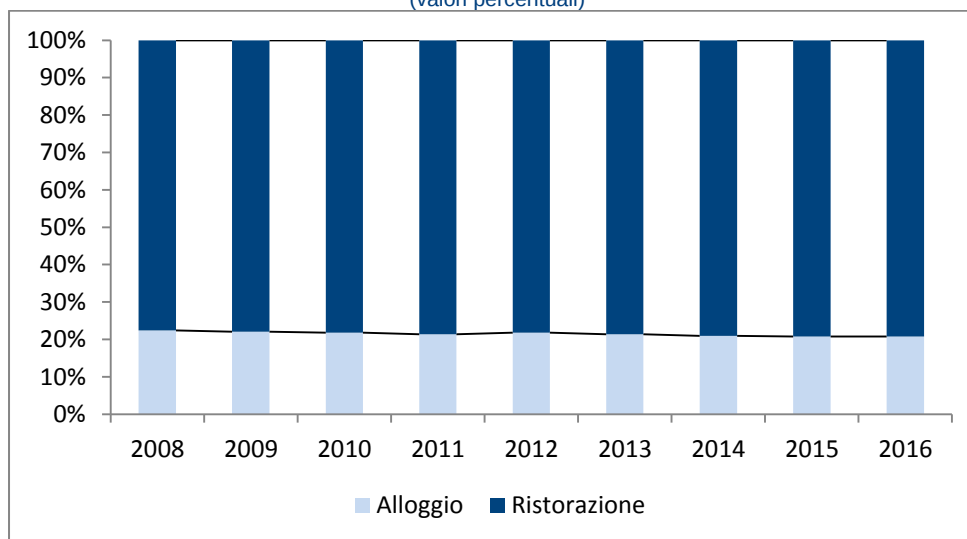
L'80% dell'input di lavoro dell'intero settore "Alberghi e pubblici esercizi" è impiegato nelle imprese della ristorazione. Un dato in crescita nel corso di questi ultimi anni.

Fig. 20 - Dinamica dell'occupazione
(ula - N.I. 2008=100)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

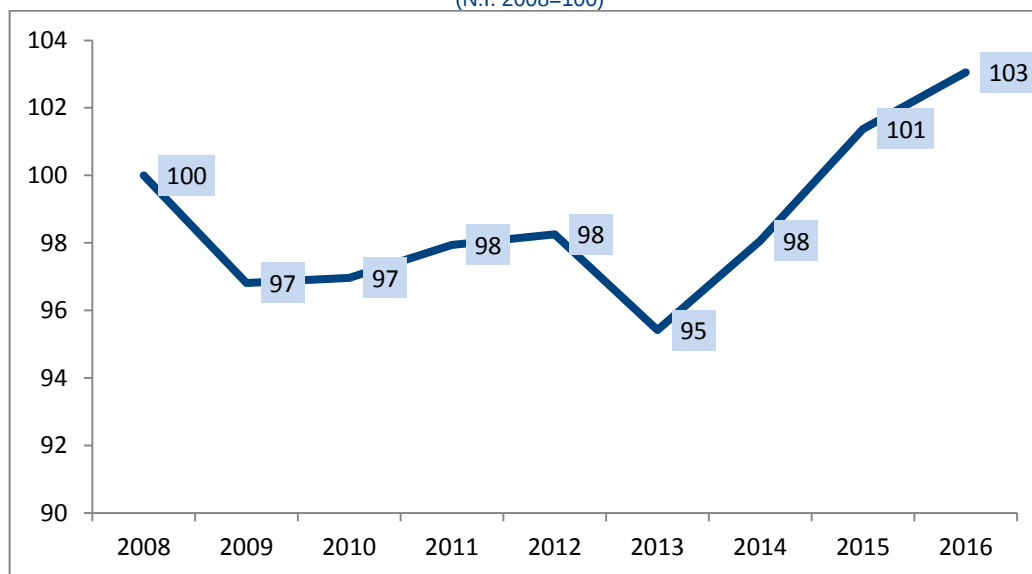
Fig. 21 - Unità di lavoro: incidenza per comparto
(valori percentuali)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

L'input di lavoro misurato in termini di ore lavorate mostra una dinamica meno robusta di quella delle unità di lavoro. Rispetto al 2015 il fabbisogno di ore lavorate del settore è cresciuto del 2%.

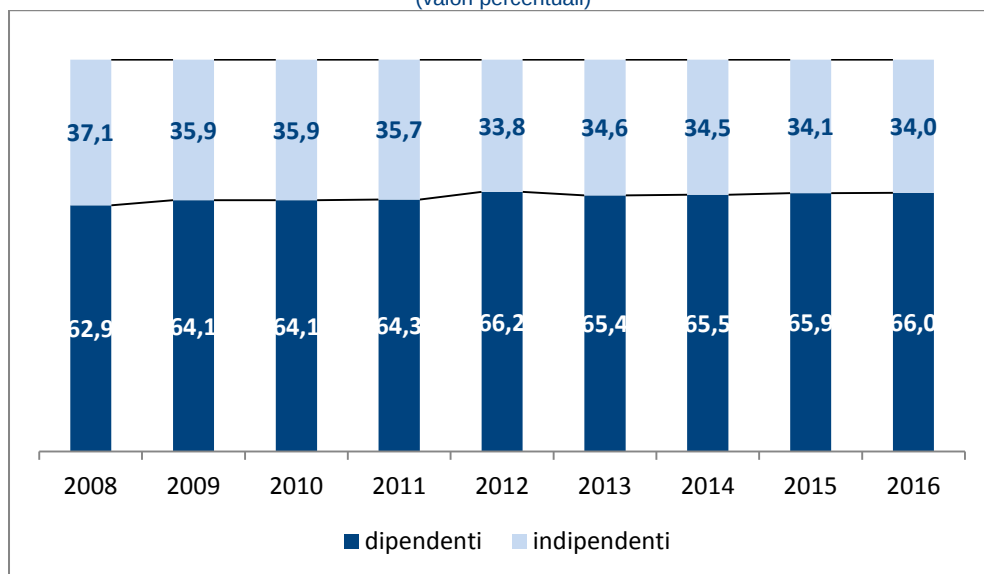
Fig. 22 - Trend delle ore lavorate
(N.I. 2008=100)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

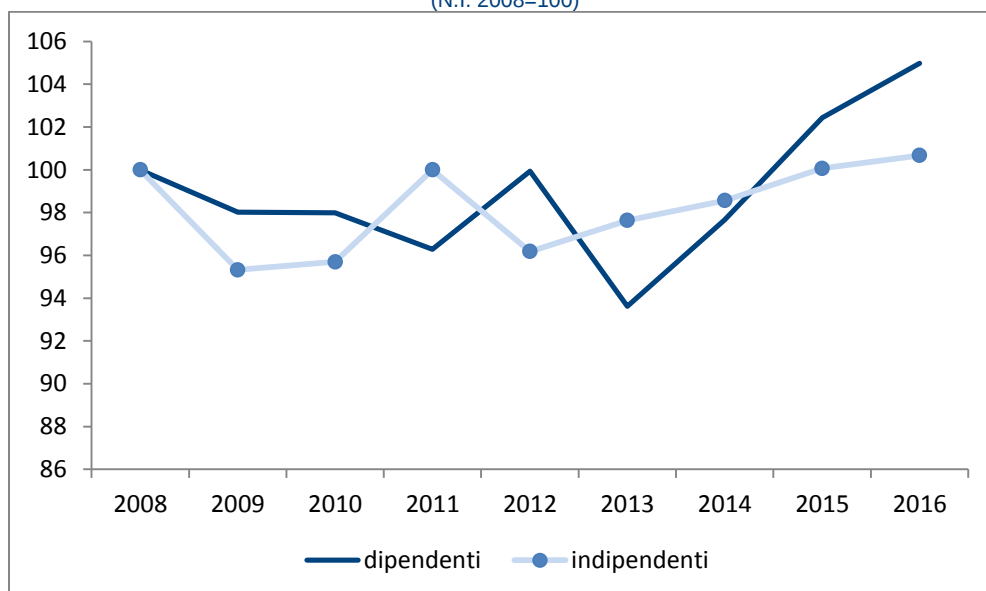
La crisi ha avuto, come abbiamo visto in altra parte di questo rapporto, un significativo impatto sul turnover imprenditoriale. Le conseguenze si rintracciano anche nell'apporto del lavoro indipendente che in questi anni si è sensibilmente ridimensionato. Attualmente i lavoratori indipendenti sono il 34% del totale, nel 2008 erano il 37,1%. Un dato che trova immediata conferma anche nella dinamica delle ore lavorate per condizione professionale (v. fig. 24).

Fig. 23 - Occupati: peso del lavoro dipendente e indipendente sul totale
(valori percentuali)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

Fig. 24 - Dinamica delle ore lavorate per posizione nella professione
(N.I. 2008=100)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

4.5 La produttività

Il tema produttività è sempre di più all'ordine del giorno del dibattito sulle prospettive economiche del Paese. Ad essa sono agganciate tante variabili a cominciare dalla remunerazione del lavoro attraverso la contrattazione.

L'Italia sconta una duplice criticità:

1. un valore assoluto della produttività mediamente inferiore a quelli dei nostri principali competitor;
2. un tasso di crescita della produttività in sostanziale stagnazione da circa un decennio.

Dentro questo contesto lo stato della ristorazione appare ancor più problematico. Fatto cento il valore aggiunto per unità di lavoro riferito all'intera economia, alberghi e ristoranti si attestano al 63, ovvero il 37% al di sotto del valore medio. Un dato che sorprende solo parzialmente in considerazione del fatto che siamo in presenza di comparti, in particolare la ristorazione, ad alta intensità di lavoro.

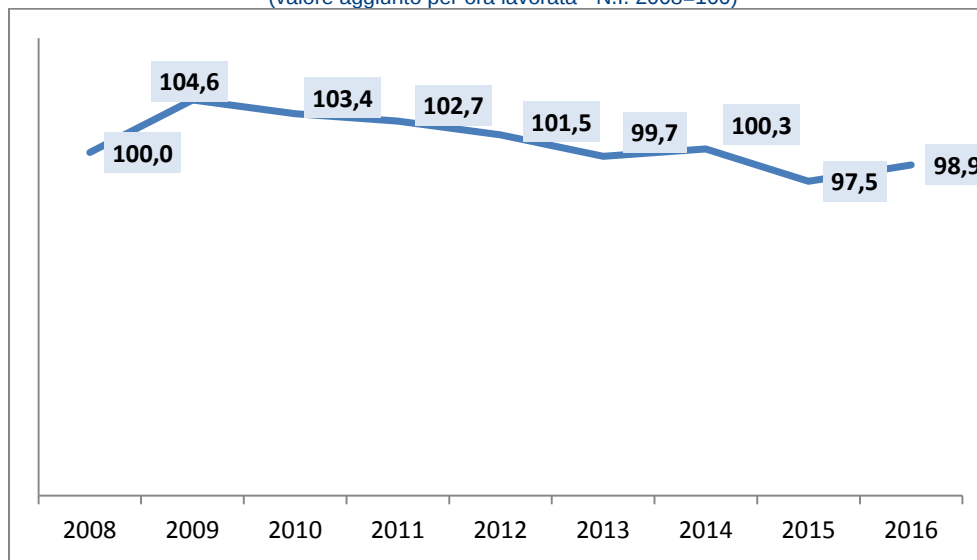
Tab. 31 - Valore aggiunto per unità di lavoro – anno 2016
(valori assoluti e N.I. totale economia=100)

	in euro	(N.I. Totale=100)
Agricoltura, silvicoltura e pesca	25.492	40
Industria manifatturiera	72.230	114
Costruzioni	49.418	78
Servizi	64.214	101
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli; trasporto e magazzinaggio; servizi di alloggio e di ristorazione	52.615	83
Servizi di alloggio e di ristorazione	39.860	63
Attività finanziarie e assicurative	128.312	202
Attività professionali, scientifiche e tecniche; amministrazione e servizi di supporto	52.078	82
Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria; istruzione; sanità e assistenza sociale	55.951	88
Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento; riparazione di beni per la casa e altri servizi	21.530	34
Totale Economia	63.470	100

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

La produttività delle imprese della ristorazione non soltanto è bassa, ma anziché crescere si riduce. Attualmente è al di sotto di quasi sei punti percentuali rispetto al livello raggiunto nel 2009.

Fig. 26 - Dinamica della produttività nella ristorazione
(valore aggiunto per ora lavorata - N.I. 2008=100)



Fonte: stima Fipe su dati di contabilità nazionale

La dinamica della quantità di lavoro utilizzato dal settore in questi ultimi anni non ha affatto favorito il miglioramento della produttività con la conseguenza che la remunerazione del lavoro e del capitale si è fatta sempre più problematica.

Nei prossimi anni la ristorazione dovrà imboccare con decisione la strada di un forte recupero di produttività che passi per variabili esogene (razionalizzazione della rete) o endogene (modelli di business a minor contenuto di servizio e dunque di lavoro).

Questa seconda ipotesi, considerando i tanti punti di forza del nostro modello, sembra esprimere più costi che benefici. Ricondurre la ristorazione italiana al modello duale (pochi ristoranti di fascia elevata, moltissimi ristoranti low price) non sembra una strada in grado di produrre significativi vantaggi di sistema alla luce dell'importante ruolo

che il settore riveste sia nell'ambito della filiera agroalimentare che nell'economia turistica.

Più interessante risulta, invece, l'implementazione di processi interni in grado di generare maggiore efficienza del sistema negli approvvigionamenti delle materie prime, nell'utilizzo delle risorse umane, nel marketing, nelle tecniche di vendita e, elemento da non trascurare, nell'uso della tecnologia sia nel back che nel front office.

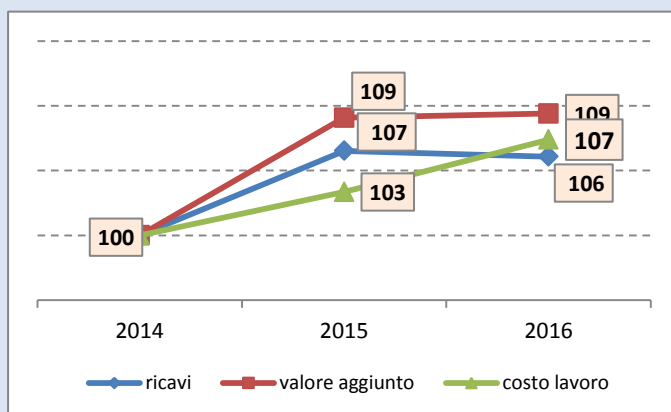
Approfondimento 2

Le performance delle grandi imprese della ristorazione commerciale

L'analisi dei bilanci di un campione di grandi imprese della ristorazione commerciale fornisce alcune evidenze sullo stato di salute di questo segmento di offerta colpito in modo significativo dalla sfavorevole congiuntura di questi ultimi anni.

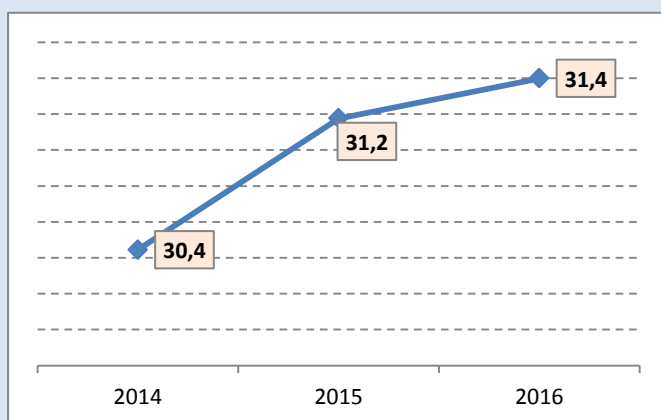
Il 2016 si chiude con un rallentamento della crescita registrata l'anno prima. L'indice dei ricavi, valore che incorpora sia la dinamica dei prezzi che delle quantità, si attesta su un livello leggermente al di sotto di quello toccato nel 2015 mentre per il valore aggiunto la dinamica è di sostanziale tenuta. L'indice del costo del lavoro, invece, registra un progressivo trend di crescita passando da 103 del 2015 a 106 del 2016.

Dinamica di ricavi, valore aggiunto e costo del lavoro
(N.I. 2014=100 - valori a prezzi correnti)



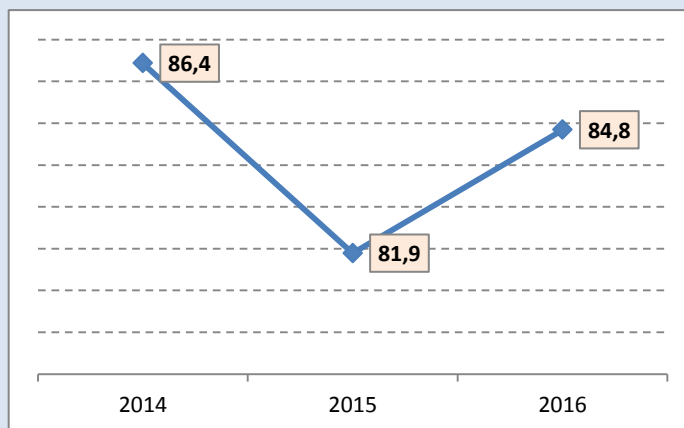
La migliore dinamica del valore aggiunto rispetto a quella dei ricavi determina una moderata crescita dell'incidenza del primo sui secondi portando nel triennio la quota dal 30,4% al 31,4%.

Incidenza percentuale del valore aggiunto sui ricavi
(valori a prezzi correnti)



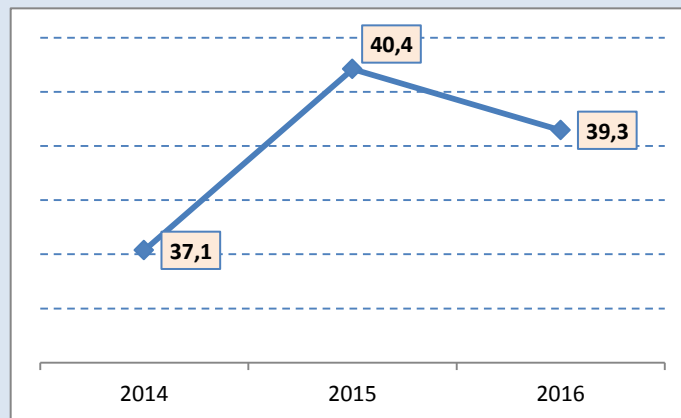
La stabilità del valore aggiunto registrata nel corso del 2016 associata alla contestuale crescita del costo del lavoro fa crescere di circa tre punti percentuali l'incidenza del costo del lavoro sul valore aggiunto portandola dall'81,9% all'84,8%.

Incidenza percentuale del costo del lavoro sul valore aggiunto (valori a prezzi correnti)



Un dato che si riflette immediatamente sul valore aggiunto per dipendente considerando che l'indicatore scende da 40.400 euro del 2015 a 39.300 euro del 2016, segnando dunque una flessione del 2,8%.

Valore aggiunto per dipendente (valori in mgl. di euro correnti)



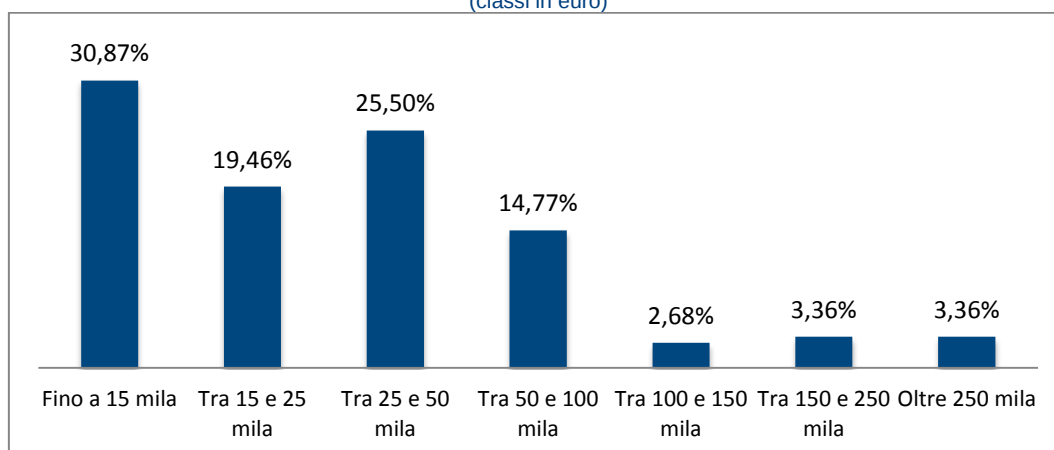
Fonte: bilanci aziendali

4.6 Investimenti, costi e fabbisogni finanziari

L'indagine sui fabbisogni finanziari delle imprese di pubblico esercizio nel corso del 2016 ha evidenziato che il 41% del campione si è autofinanziato, oltre il 50% ha richiesto un finanziamento ad una banca (47,6%) o ad una società finanziaria (3,4%) mentre il 18% ha fatto ricorso al debito commerciale. Circa il 17% non ha avuto bisogno di capitale, mentre soltanto il 2,7% ha utilizzato le agevolazioni pubbliche come forma di finanziamento.

Gli importi utilizzati a copertura degli investimenti o dei costi raggiungono un massimo di 50 mila euro per il 75% dei rispondenti. Tuttavia, come è prevedibile, all'aumentare del fatturato cresce la propensione ad investire per importi di spesa maggiori.

Fig. 27 – Ammontare del fabbisogno a copertura di costi e investimenti
(classi in euro)



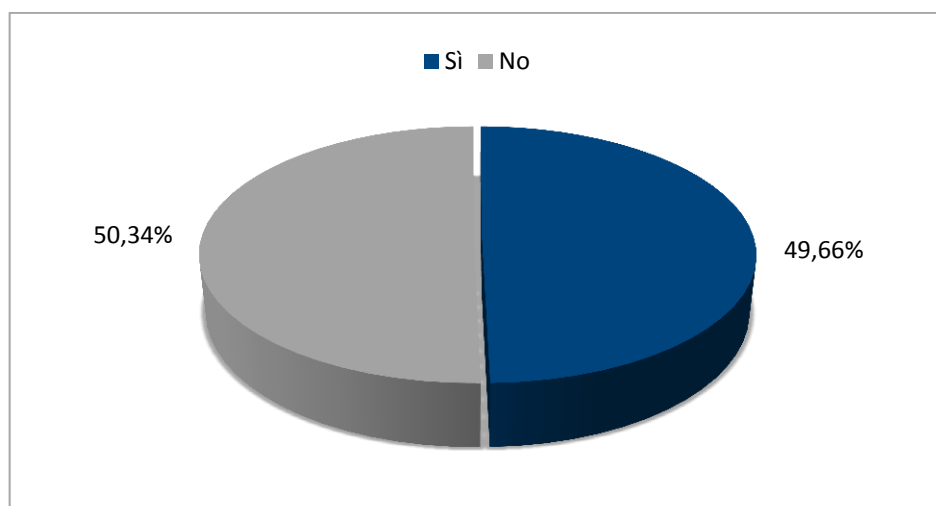
Fonte: Osservatorio Fipe – Ebnt sul merito creditizio dei pubblici esercizi, 2017

Il fabbisogno di capitale è stato necessario principalmente per investimenti in macchinari, attrezzature e impianti (47,6%), copertura di oneri fiscali e contributivi (45%), copertura dei costi del personale (30,9%), ammodernamento o ristrutturazione edilizia (23,5%) e

acquisto merci (20,1%). Nessuno dei rispondenti ha utilizzato il capitale per investire in innovazione di processi o prodotti³.

Un'impresa su due (49,7%) ha avuto bisogno di garantire la richiesta di finanziamenti.

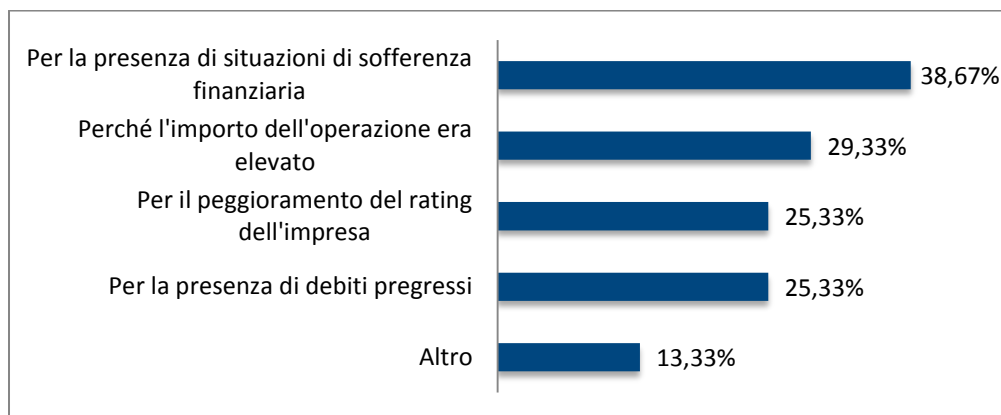
Fig. 28 - Ha avuto bisogno di garanzie?



Fonte: Osservatorio Fipe – Ebnt sul merito creditizio dei pubblici esercizi, 2017

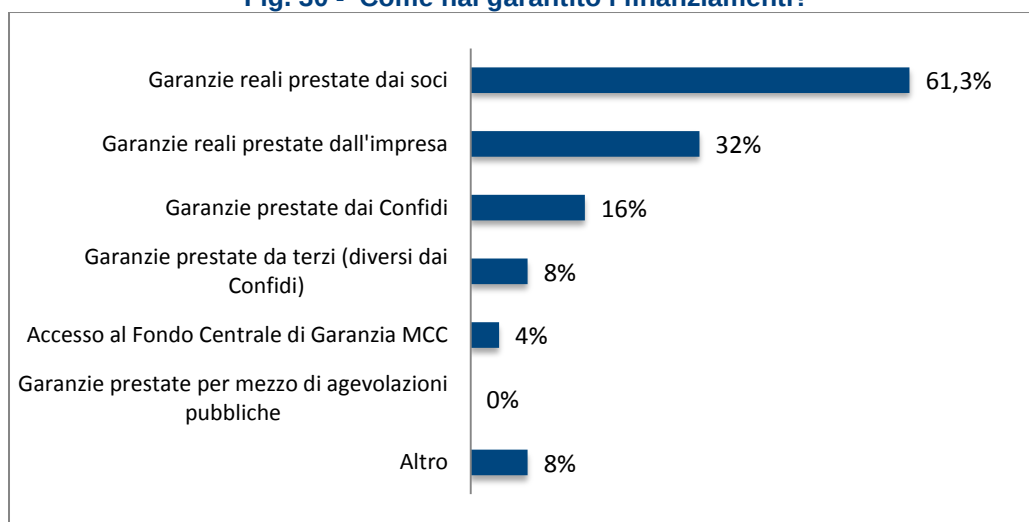
Le motivazioni³ alla base della richiesta di garanzie da parte dell'intermediario finanziario vedono al primo posto la condizione di sofferenza finanziaria in cui versa l'impresa (38,7%) a cui si potrebbe aggiungere il 25% delle imprese con debiti pregressi, mentre circa il 30% ha richiesto un importo troppo elevato.

³ Il totale è maggiore di 100 perché erano possibili più risposte

Fig. 29 - Le motivazioni legate alla richiesta di garanzie

Fonte: Osservatorio Fipe – Ebnt sul merito creditizio dei pubblici esercizi, 2017

La tipologia di garanzia richiesta nella maggior parte dei casi fa riferimento a garanzie reali prestate dai soci (61,3%) o dall'impresa (32,0%), mentre soltanto il 16% ha richiesto la garanzia ad un Confidi⁴.

Fig. 30 - Come hai garantito i finanziamenti?

Fonte: Osservatorio Fipe – Ebnt sul merito creditizio dei pubblici esercizi, 2017

⁴ Il totale è maggiore di 100 perché erano possibili più risposte

In generale, tra tutti gli imprenditori che hanno avuto bisogno di garanzie l'85% è riuscito ad ottenerla.

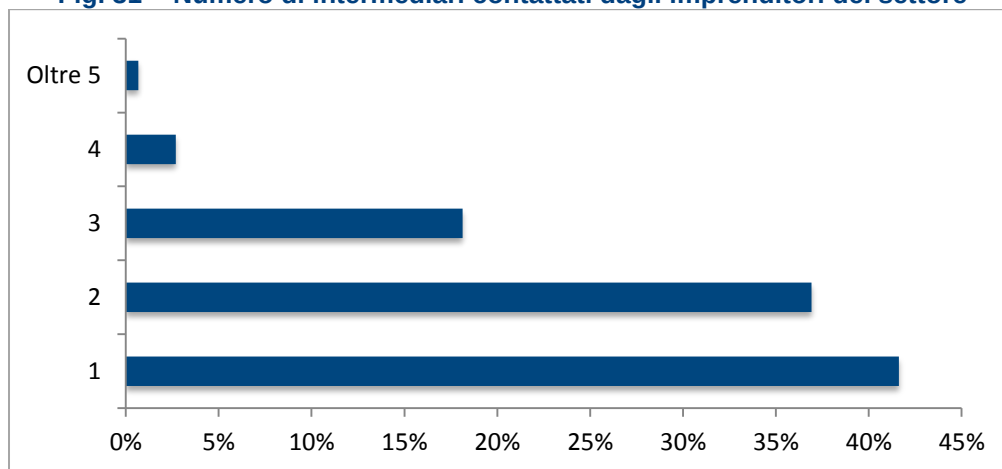
Il 60% degli imprenditori che hanno richiesto un finanziamento ha ottenuto l'intero importo, mentre circa il 21% ne ha ottenuto una parte. Soltanto al 14% circa dei rispondenti i finanziamenti sono stati negati per motivi economici, mentre il 5% circa risultava ancora in attesa di risposta.

L'analisi ha fornito alcune principali evidenze:

- le imprese valutate meritevoli di credito sono situate per lo più al nord d'Italia;
- le imprese più piccole, con livelli di fatturato minori, hanno meno probabilità di ottenere finanziamenti;
- la richiesta di garanzie per motivi legati a sofferenze finanziarie o a debiti pregressi compromette la possibilità di ottenere il finanziamento;
- le imprese che riescono ad ottenere finanziamenti coprono più tipologie di investimenti facendo leva su un budget più consistente.

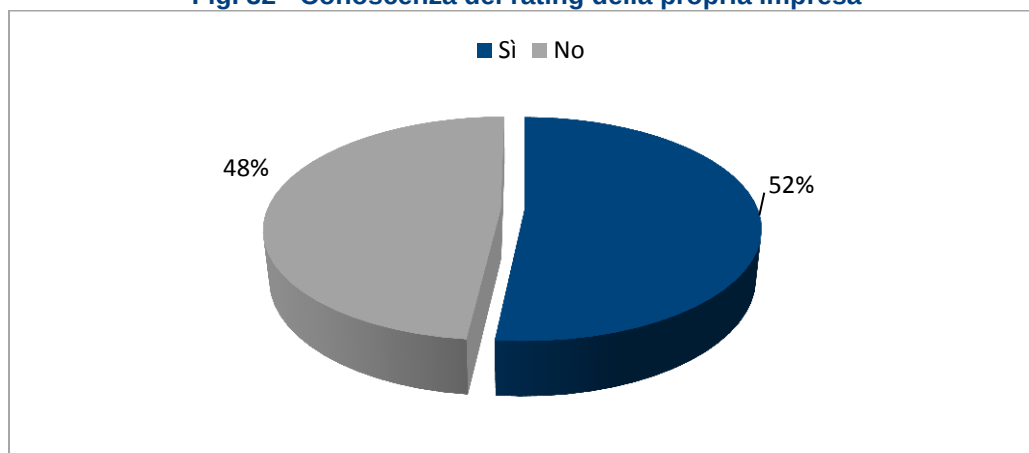
4.6.1 Il rapporto banca-impresa

La maggior parte delle imprese (78%) ha avuto contatti con uno o, al massimo, due intermediari ma il 3,4% dei rispondenti ha contattato più di quattro istituti di credito.

Fig. 31 - Numero di intermediari contattati dagli imprenditori del settore

Fonte: Osservatorio Fipe – Ebnt sul merito creditizio dei pubblici esercizi, 2017

Un elemento sui cui riflettere è rappresentato dal fatto che solo un'impresa su due è a conoscenza del valore del proprio rating.

Fig. 32 - Conoscenza del rating della propria impresa

Fonte: Osservatorio Fipe – Ebnt sul merito creditizio dei pubblici esercizi, 2017

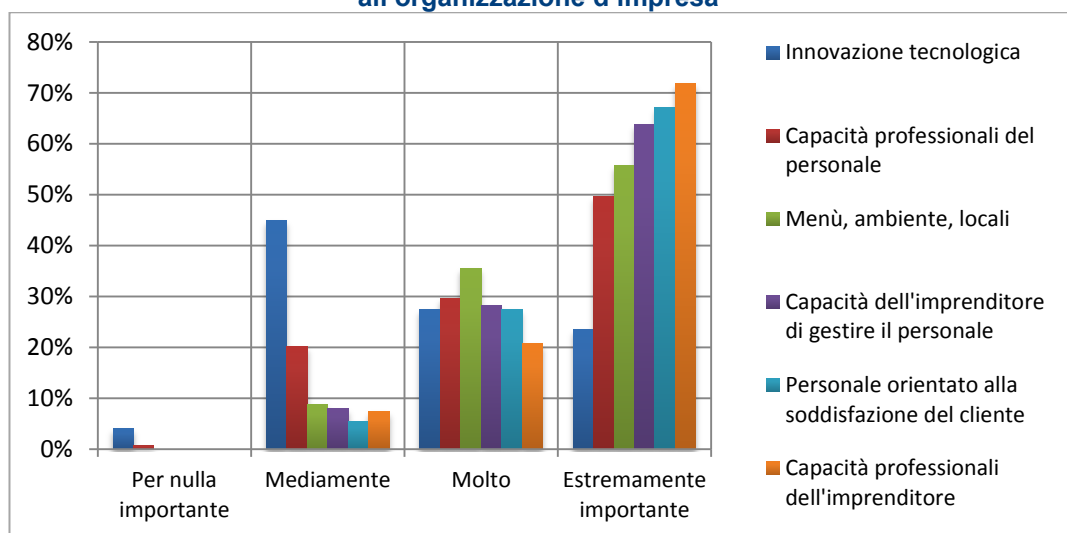
Secondo gli imprenditori intervistati gli aspetti che concorrono maggiormente al raggiungimento del successo dell'azienda sono principalmente di carattere organizzativo piuttosto che economico-finanziari o di operatività dell'impresa.

A tale fine si segnala che riguardo al primo gruppo di variabili, l'elemento che risulta meno importante secondo gli imprenditori sarebbe l'innovazione tecnologica (Fig. 33)⁵, come la presenza di wifi o la possibilità di prenotare online, tanto più che nessuno di loro ha investito nell'ultimo anno in innovazione (Fig. 34).

Tra questi elementi legati all'organizzazione d'impresa, risulterebbero più rilevanti le capacità professionali e di gestione del personale dell'imprenditore e l'avere un personale orientato alla soddisfazione del cliente.

Nel secondo gruppo gli aspetti che assumono un'importanza nettamente maggiore sono la capacità di acquisire nuovi clienti e la capacità di fidelizzazione degli stessi, che tutti valutano mediamente importante e che per oltre il 90% degli imprenditori sono valutate molto o estremamente importanti.

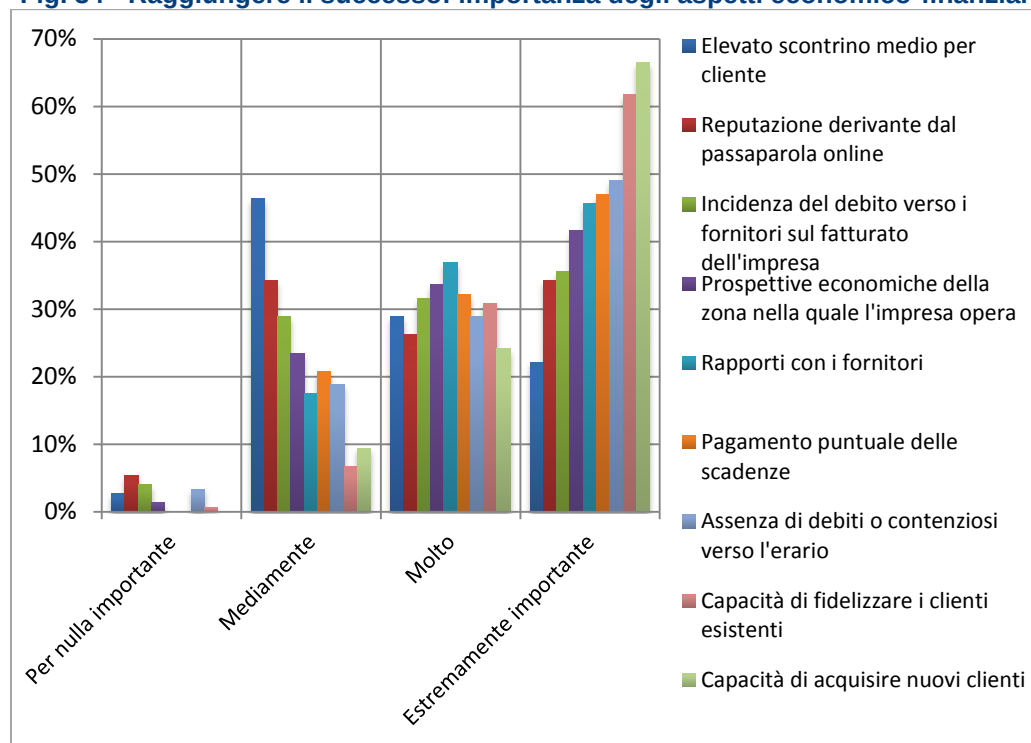
Fig. 33 - Raggiungere il successo: importanza degli aspetti legati all'organizzazione d'impresa



Fonte: Osservatorio Fipe – Ebnt sul merito creditizio dei pubblici esercizi, 2017

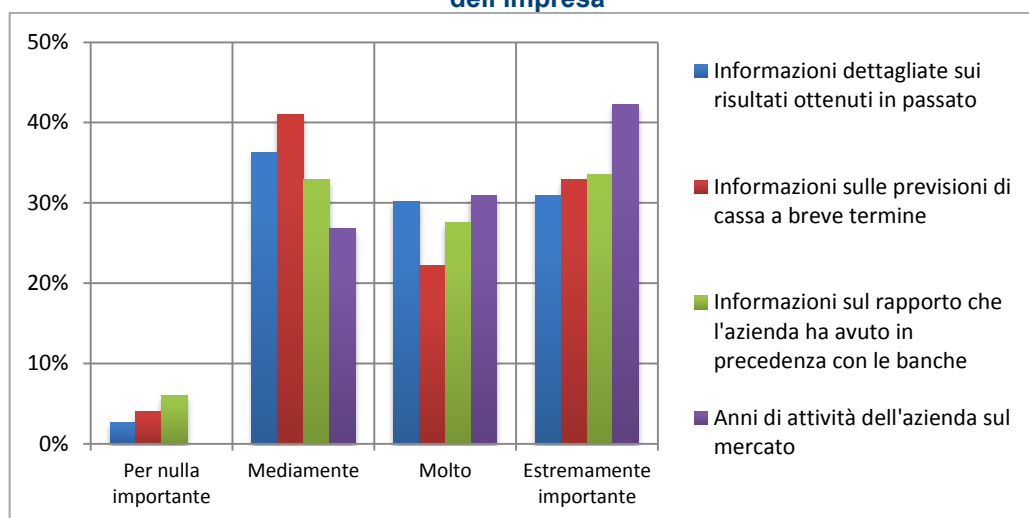
⁵ Per questa domanda, è stato chiesto ai partecipanti all'indagine di esprimere un giudizio di importanza su una scala da 1, per nulla importante, a 7, estremamente importante.

Fig. 34 - Raggiungere il successo: importanza degli aspetti economico-finanziari



Fonte: Osservatorio Fipe – Ebnt sul merito creditizio dei pubblici esercizi, 2017

Tra gli elementi che invece vengono considerati relativamente meno importanti abbiamo, in ordine decrescente, l'incidenza dei debiti verso i fornitori sul fatturato dell'impresa, la reputazione derivante dal passaparola online e l'avere un elevato scontrino medio per cliente. Il terzo gruppo di elementi analizzato si riferisce agli aspetti legati all'operatività dell'impresa, che complessivamente sono considerati meno importanti rispetto ai precedenti.

Fig. 35 - Raggiungere il successo: importanza degli aspetti legati all'operatività dell'impresa

Fonte: Osservatorio Fipe – Ebnt sul merito creditizio dei pubblici esercizi, 2017

L'elemento giudicato maggiormente importante per il raggiungimento del successo dell'azienda risulta essere la longevità dell'azienda sul mercato, che sarebbe molto o estremamente importante per il 73% dei partecipanti all'indagine.

Inoltre, è stato chiesto agli imprenditori del settore quali fossero le maggiori difficoltà riscontrate nell'ultimo anno nel rapporto con il loro intermediario di riferimento. Oltre il 50% delle imprese intervistate ritiene che la maggiore difficoltà sia dovuta alla carenza di informazioni, a cui si possono associare il 37% di coloro che indicano la poca trasparenza nelle comunicazioni e la difficoltà nell'ottenere i finanziamenti richiesti.

Meno del 10% del campione dichiara di non aver avuto alcuna difficoltà.

Ad integrazione è stato chiesto di indicare per il 2017 quali tipologie di copertura del capitale avessero in programma di utilizzare (Fig. 37)⁶. Il 60% degli imprenditori prevedeva di autofinanziarsi, mentre soltanto il

⁶ Il totale è maggiore di 100 perché erano possibili più risposte.

10% avrebbe cercato di ricevere finanziamenti tramite agevolazioni pubbliche.

Fig. 36 - Le maggiori difficoltà riscontrate nel rapporto banca-impresa



Fonte: Osservatorio Fipe – Ebnt sul merito creditizio dei pubblici esercizi, 2017

Si fa notare che, tra coloro che hanno dichiarato di prevedere l'utilizzo di finanziamenti bancari (46,3%), la maggior parte dei rispondenti (84%) ha ottenuto quantomeno una parte dell'importo richiesto nel 2016.

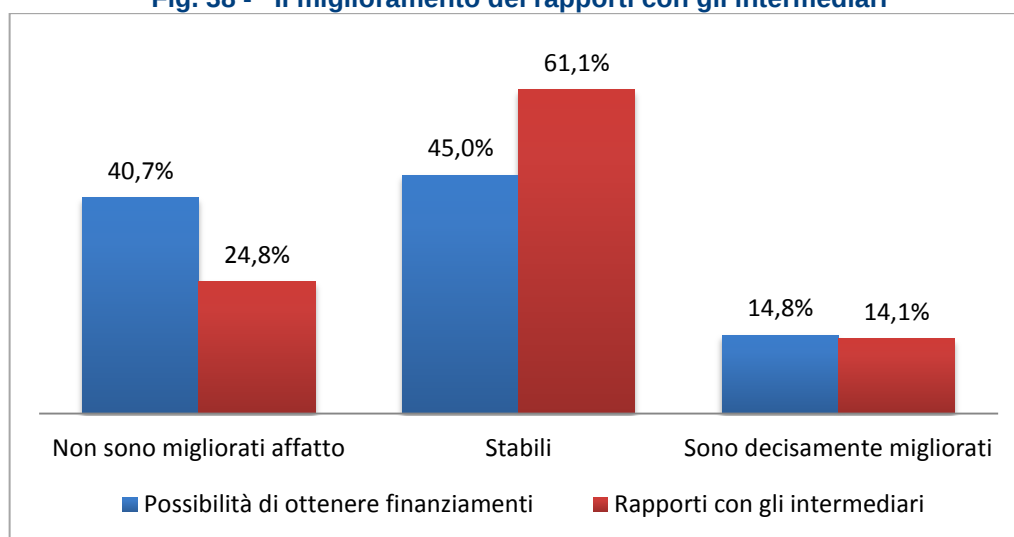
Fig. 37 - Copertura del capitale necessario per il 2017



Fonte: Osservatorio Fipe – Ebnt sul merito creditizio dei pubblici esercizi, 2017

Infine, si rileva che circa il 15% del campione dichiara di ritenere molto o estremamente migliorati, nell'ultimo anno, sia i rapporti con gli intermediari che la possibilità di ottenere finanziamenti.

Fig. 38 - Il miglioramento dei rapporti con gli intermediari



Fonte: Osservatorio Fipe – Ebnt sul merito creditizio dei pubblici esercizi, 2017

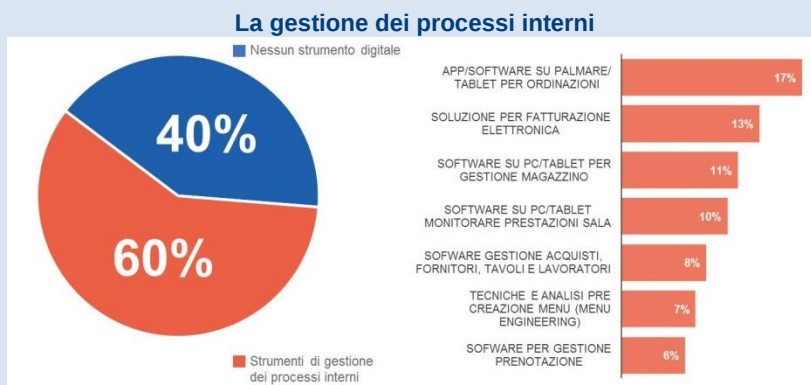
Tuttavia, per il 25% circa dei partecipanti all'indagine i rapporti con gli intermediari non sono affatto migliorati, e sale al 40% la quota di chi valuta nella stessa maniera la possibilità di ottenere finanziamenti.

Approfondimento 3

L'uso della tecnologia nei pubblici esercizi

Il pubblico esercizio è uno dei settori merceologici con il più alto turnover di chiusure e aperture e con un tasso di sopravvivenza imprenditoriale che a 5 anni non supera il 30%. Le cause sono numerose a cominciare da una congiuntura economica che in questi ultimi anni non è stata particolarmente favorevole. Tuttavia sarebbe riduttivo ritenere che il fenomeno dipenda principalmente dal clima del mercato e non da alcuni altre componenti più attinenti alle modalità di conduzione e gestione delle imprese.

A tal riguardo occorre dire che il pubblico esercizio è un settore forte sul prodotto (scelta e preparazione delle materie prime) ma assai debole sulla gestione, sul marketing e sull'innovazione sia nel back office che nel front office. Solo il 60% delle imprese di ristorazione intervistate in occasione di una recente indagine realizzata da Fipe in collaborazione con il Politecnico di Milano utilizza strumenti di gestione dei processi interni. Si tratta prevalentemente di applicazioni per la gestione delle comande (17%) o di soluzioni per la fatturazione elettronica (13%). Appena il 7% ricorre alle tecniche del cosiddetto menu engineering e il 6% ad applicazioni per la gestione on line delle prenotazioni.

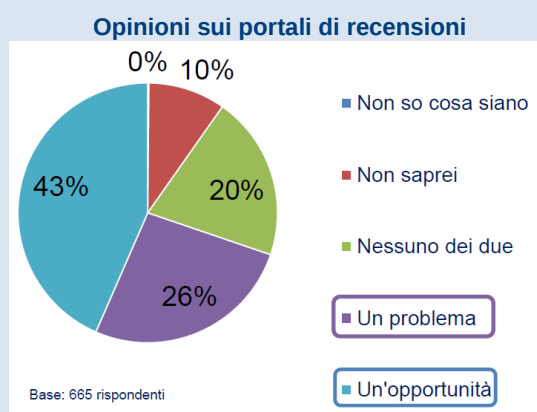


Per quanto riguarda la tecnologia di relazione con il cliente risulta evidente come l'attività in cui i ristoratori risultino più digitali sia quella che ha a che fare con le recensioni. L'81% legge le recensioni sui siti e il 27%, in verità pochi, spinge i clienti a scrivere recensioni.

Attività svolte in relazione alle recensioni degli utenti



Nonostante le tante polemiche sorte in questi anni intorno al mondo delle recensioni on line la gran parte dei ristoratori ritiene che i portali delle recensioni costituiscano un'opportunità mentre per uno su quattro restano un problema a causa principalmente della mancanza di una efficace azione di controllo che scongiuri l'uso fraudolento dello strumento. Da segnalare anche un 10% di ristoratori che non ha le idee chiare. Eppure il tema della corretta gestione sia di una recensione positiva che soprattutto di una recensione negativa è sempre più attuale. In questo caso non importa se il disservizio sia stato reale, ciò che importa è la percezione che il cliente ha avuto. Si dice "il cliente ha sempre ragione" non per nulla.



Molti considerano i Social Media pericolosi, proprio perché tutti possono scrivere di tutto, su tutti. Ma vale il detto "male non fare, paura non avere".

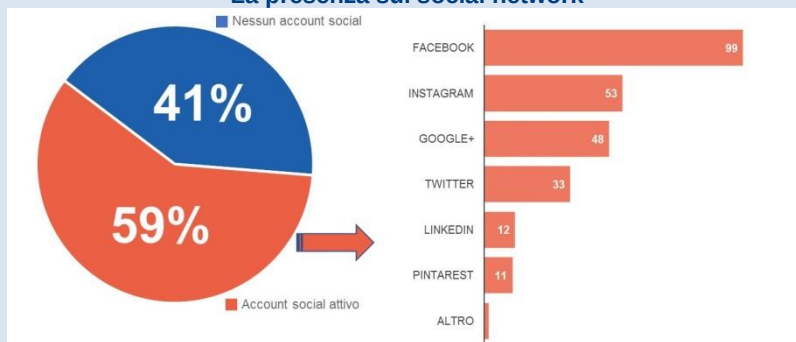
I social media, al contrario, possono essere uno strumento efficace per i bar e ristoranti per incrementare il traffico della clientela, la notorietà dell'insegna e la fedeltà dei clienti. Il pubblico esercizio è esso stesso un media sociale: un luogo dove si interagisce, ci si diverte, si condividono storie e racconti, si passa del tempo insieme. In più, tutte queste interazioni avvengono dal vivo, non sono solo virtuali. Inoltre di cosa si parla più volentieri sul web? di animali, umorismo e cibo.

Si pensi a quante volte viene raccomandato un bar o un ristorante? quante volte uno shampoo? quante volte un detersivo per i piatti? Insomma ristorazione e social media possono andare perfettamente d'accordo. I Social Media per un pubblico esercizio possono essere usati per:

- conversare con i clienti correnti e potenziali
- dare motivi per passaparola moltiplicativo
- anticipare eventi, promozioni, novità dell'offerta
- richiedere opinioni sul servizio, sui prodotti
- comunicare promozioni speciali ad hoc per certi clienti (ad es. compleanni, anniversari)
- fare ricerche sui desideri dei clienti
- ascoltare la clientela e dialogare su innovazioni o nuove idee che riguardano il bar o il ristorante

Eppure il 41% dei ristoranti non ha alcun account social. Il resto utilizza principalmente facebook, instagram e google+.

La presenza sui social network



I social media possono generare fatturati e profitti, come altri media, ma con un costo decisamente più ragionevole ed un'accessibilità facilitata. Per accedere alla pubblicità televisiva o alla stampa servono investimenti assoluti molto importanti e strumenti costosi, come uno spot, o una campagna stampa. Per i social media, invece, i contenuti richiesti sono di tipo editoriale: servono idee. E quelle, in genere, sono più a buon mercato.

Fonte: Indagine Fipe - Politecnico di Milano

4.7 La dinamica dei prezzi nei pubblici esercizi

A settembre 2017 i prezzi dei servizi di ristorazione commerciale (bar, ristoranti, pizzerie, ecc.) fanno registrare una variazione dello 0,1% rispetto al mese precedente e dell'1,1% rispetto allo stesso mese di un anno fa. Per la ristorazione collettiva l'incremento invece è dell' 1,2%. L'inflazione acquisita per l'anno in corso si attesta rispettivamente sullo 0,5% sia per l'intero settore che per i comparti della ristorazione commerciale e della ristorazione collettiva.

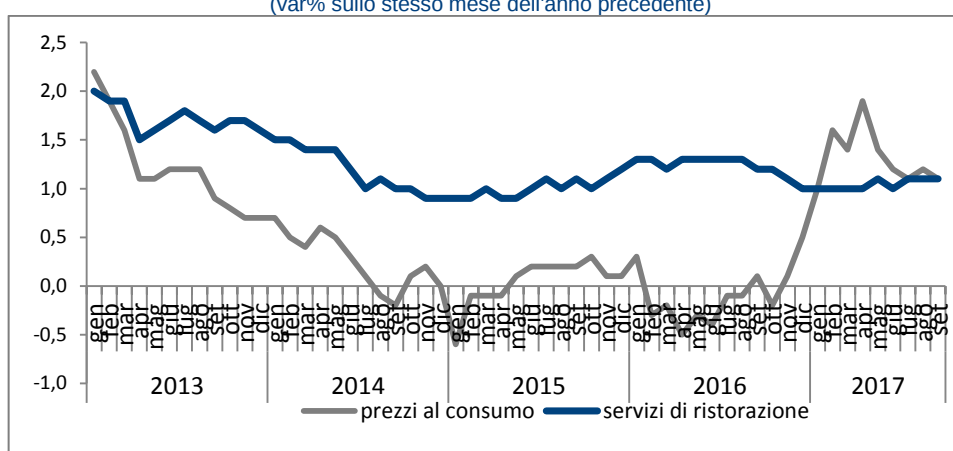
I prezzi della ristorazione si allineano con quelli generali. A livello generale i prezzi al consumo aumentano dell' 1,1%. Per la ristorazione collettiva l' incremento è dell'1,2%.

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

	Set. 17 Set. 16	Set. 17 Ago. 17	<i>Inflazione acquisita</i>
Ristorazione commerciale	1,1	0,1	0,5
Ristorazione collettiva	1,2	0,0	0,5
Totale ristorazione	1,1	0,1	0,5

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Fig. 39 - Servizi di ristorazione
(var% sullo stesso mese dell'anno precedente)



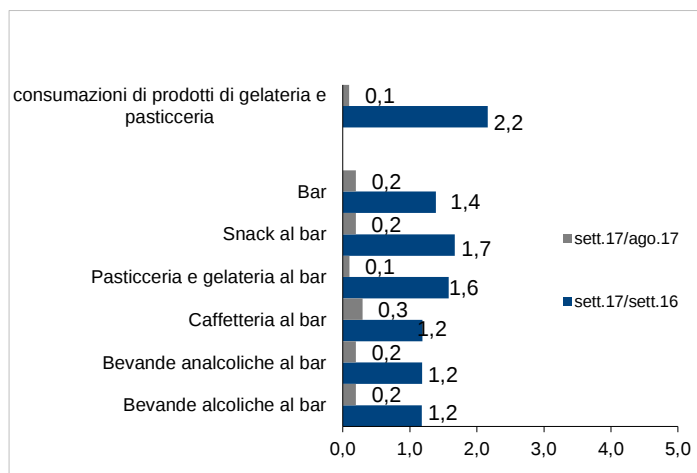
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

4.7.1 I prezzi nei bar

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

Più vivace, al contrario, la dinamica dei prezzi degli snack al bar (+1,7%) e dei prodotti di gelateria e pasticceria sia al bar che altrove (+1,6% e +2,2%).

Fig. 40 - Variazione congiunturale e tendenziale dei prezzi



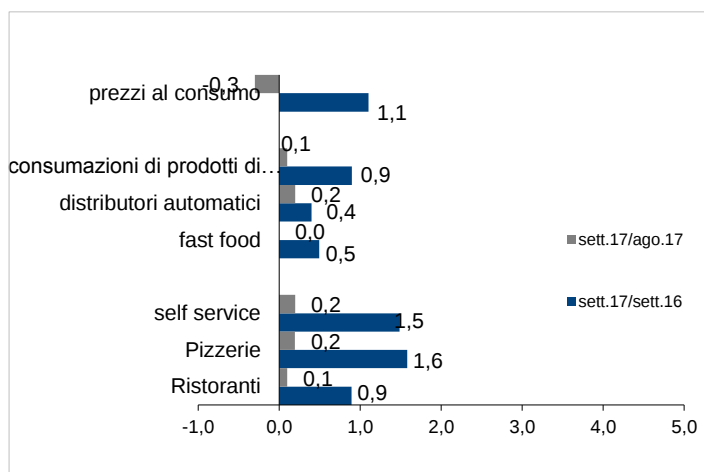
Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

4.7.2 I prezzi nei ristoranti

Ristoranti tradizionali e pizzerie registrano aumenti sul 2016 rispettivamente dello +0,9% e dell' 1,6%.

Meno vivaci i prezzi del self service e della ristorazione veloce (+1,5% e +0,5% rispettivamente).

Fig. 41 - Variazione congiunturale e tendenziale dei prezzi

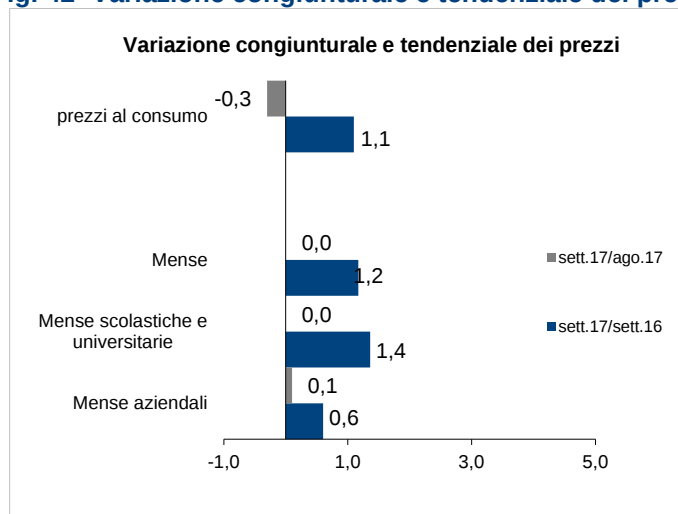


Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

4.7.3 I prezzi nella ristorazione collettiva

I prezzi delle mense⁷ mostrano una variazione tendenziale dell'1,2% rispetto a settembre 2016, dovuta ai sensibili ritocchi dei prezzi delle mense scolastiche ed universitarie effettuati in corso d'anno (+1,4% rispetto ad un anno fa).

Fig. 42- Variazione congiunturale e tendenziale dei prezzi



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

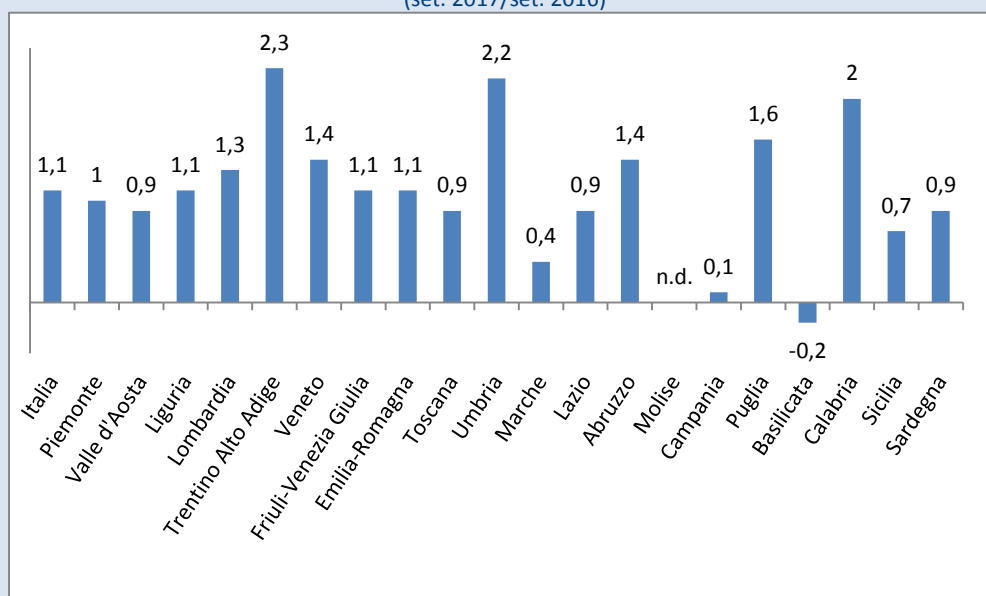
⁷ Quota a carico delle famiglie

Approfondimento 4

Dinamica dei prezzi per regione

A fronte di un incremento medio tendenziale dell'1,1%, i prezzi dei servizi di ristorazione presentano nel mese di settembre 2017 una significativa variabilità territoriale in una forchetta compresa tra il -0,2% della Basilicata e il +2,3% del Trentino Alto Adige. Le variazioni più robuste si registrano nelle regioni del nord dove la dinamica dei prezzi viene alimentata da una domanda più solida.

Fig. A1 - Servizi di ristorazione - variazione tendenziale dei prezzi
(set. 2017/set. 2016)



(*) Dato non disponibile

Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

4.7.4 Il livello dei prezzi

I prezzi di punta della ristorazione possono offrire una panoramica del diverso livello di costo del servizio da nord a sud della penisola. Nelle tabelle che seguono vengono riportati i prezzi medi rilevati nei capoluoghi di provincia che rientrano nel piano di rilevazione dei prezzi al consumo per:

- ✚ caffè;
- ✚ cappuccino;
- ✚ panino;
- ✚ pasto in pizzeria.

Tab. 33 - Il prezzo della tazzina di caffè al bar
(valori medi in euro – settembre 2017)

Capoluogo di provincia	prezzo	Capoluogo di provincia	prezzo	Capoluogo di provincia	prezzo
Alessandria	1,10	Lecco	1,00	Terni	1,00
Aosta	1,10	Livorno	1,00	Torino	1,10
Arezzo	1,10	Lodi	1,10	Treviso	1,10
Ascoli Piceno	1,00	Mantova	1,20	Trieste	1,10
Bari	0,90	Messina	0,80	Udine	1,10
Belluno	1,10	Milano	1,10	Varese	1,10
Benevento	0,90	Modena	1,10	Venezia	1,10
Bergamo	1,00	Napoli	0,90	Vercelli	1,00
Biella	1,00	Novara	1,00	Verona	1,10
Bologna	1,00	Padova	1,20	Vicenza	1,10
Bolzano	1,30	Palermo	1,00		
Brescia	1,05	Parma	1,00		
Cagliari	1,00	Perugia	1,00		
Catanzaro	0,80	Pescara	1,10		
Como	1,10	Pistoia	1,10		
Cremona	1,10	Ravenna	1,10		
Cuneo	1,10	Reggio Calabria	0,90		
Ferrara	1,10	Reggio Emilia	1,10		
Firenze	1,10	Rimini	1,10		
Genova	1,10	Roma	1,00		
Gorizia	1,10	Rovigo	1,10		
Grosseto	1,10	Sassari	1,00		
La Spezia	1,00	Siracusa	0,90		

Fonte: Osservatorio Prezzi su dati Istat

Tab. 34 - Il prezzo del cappuccino al bar
(valori medi in euro – settembre 2017)

Capoluogo di provincia	prezzo	Capoluogo di provincia	prezzo
Alessandria	1,40	Modena	1,60
Aosta	1,50	Napoli	1,50
Arezzo	1,50	Novara	1,40
Ascoli Piceno	1,30	Padova	1,50
Bari	1,50	Palermo	1,80
Belluno	1,40	Parma	2,00
Benevento	1,10	Perugia	1,20
Bergamo	1,80	Piacenza	1,50
Biella	1,30	Pistoia	1,30
Bologna	1,50	Pordenone	1,60
Bolzano	2,00	Ravenna	1,40
Brescia	1,45	Reggio Calabria	1,60
Cagliari	1,20	Reggio Emilia	1,50
Catanzaro	1,20	Rimini	1,50
Como	1,40	Roma	1,20
Cremona	1,50	Rovigo	1,40
Cuneo	1,30	Sassari	1,20
Ferrara	1,40	Siracusa	1,70
Firenze	1,30	Terni	1,30
Genova	1,40	Torino	1,70
Gorizia	1,60	Trento	1,50
Grosseto	1,30	Trieste	1,60
Lecco	1,50	Udine	1,70
Livorno	1,40	Varese	1,50
Lodi	1,50	Venezia	1,50
Mantova	1,60	Vercelli	1,30
Messina	1,50	Verona	1,60
Milano	1,60	Vicenza	1,60

Fonte: Osservatorio Prezzi su dati Istat

Tab. 35 - Il prezzo del panino al bar
(valori medi in euro – settembre 2017)

Capoluogo di provincia	prezzo	Capoluogo di provincia	prezzo
Alessandria	4,50	Novara	4,00
Ancona	5,00	Padova	4,30
Arezzo	2,20	Palermo	4,50
Ascoli Piceno	3,00	Parma	4,50
Bari	3,50	Perugia	3,50
Belluno	3,50	Piacenza	3,50
Benevento	3,20	Pistoia	2,50
Bergamo	4,50	Pordenone	5,50
Biella	4,00	Ravenna	4,50
Bologna	4,50	Reggio Calabria	3,50
Bolzano	4,00	Reggio Emilia	4,50
Brescia	5,40	Rimini	6,50
Cagliari	3,00	Roma	3,50
Catanzaro	3,50	Rovigo	3,50
Como	3,50	Sassari	4,00
Cremona	4,50	Siracusa	3,90
Cuneo	4,00	Terni	1,60
Ferrara	3,80	Torino	3,50
Firenze	3,00	Trento	4,00
Genova	4,80	Treviso	4,00
Gorizia	5,00	Trieste	4,00
Grosseto	2,80	Udine	5,00
Lecco	6,50	Varese	5,00
Livorno	5,00	Venezia	4,60
Lodi	5,00	Vercelli	3,50
Mantova	5,00	Verona	4,50
Messina	3,00	Vicenza	4,50
Milano	7,00		
Modena	4,00		
Napoli	4,00		

Fonte: Osservatorio Prezzi su dati Istat

Tab. 36 - Il prezzo del pasto⁸ in pizzeria
(valori medi in euro – settembre 2017)

Capoluogo di provincia	prezzo	Capoluogo di provincia	prezzo
Alessandria	9,50	Napoli	10,00
Aosta	11,50	Novara	11,50
Arezzo	10,00	Padova	13,50
Ascoli Piceno	10,00	Palermo	10,00
Bari	10,00	Parma	13,00
Belluno	8,60	Perugia	12,50
Benevento	12,00	Pescara	9,20
Bergamo	15,00	Pistoia	12,00
Biella	11,30	Pordenone	11,50
Bologna	11,50	Ravenna	10,50
Bolzano	11,50	Reggio Calabria	9,00
Brescia	10,50	Reggio Emilia	11,50
Cagliari	12,00	Rimini	11,00
Catanzaro	10,00	Roma	20,00
Como	12,00	Rovigo	8,50
Cremona	11,00	Sassari	12,00
Cuneo	13,50	Siracusa	11,20
Ferrara	13,50	Terni	12,00
Firenze	12,50	Torino	12,50
Genova	14,50	Trento	13,60
Gorizia	11,20	Treviso	11,00
Grosseto	10,00	Trieste	9,80
Lecco	11,00	Udine	9,50
Livorno	10,40	Varese	12,20
Lodi	10,50	Venezia	16,50
Mantova	12,50	Vercelli	8,50
Messina	12,00	Verona	10,00
Milano	15,50	Vicenza	12,00
Modena	13,00		

Fonte: Osservatorio Prezzi su dati Istat

⁸ Pizza + bibita

5

**GLI ITALIANI E
I CONSUMI
ALIMENTARI
FUORI CASA**



Il 77,3% degli italiani maggiorenni (era il 77,1% nel 2016) consuma, più o meno abitualmente, cibo al di fuori delle mura domestiche sia che si tratti di colazioni, pranzi, cene o più semplicemente di spuntini e aperitivi.

Sono oltre 39 milioni di persone così segmentate:

- *heavy consumer*: 13 milioni di persone che consumano almeno 4-5 pasti fuori casa in una settimana
- *average consumer*: 9,7 milioni che consumano almeno 2-3 pasti fuori casa in una settimana
- *low consumer*: 16,5 milioni che consumano almeno 2-3 pasti in un mese.

Gli *heavy consumer* sono in prevalenza uomini (53,7%) di età compresa tra i 35 e i 44 anni (24,1%) e residenti al Nord Ovest (30,1%).

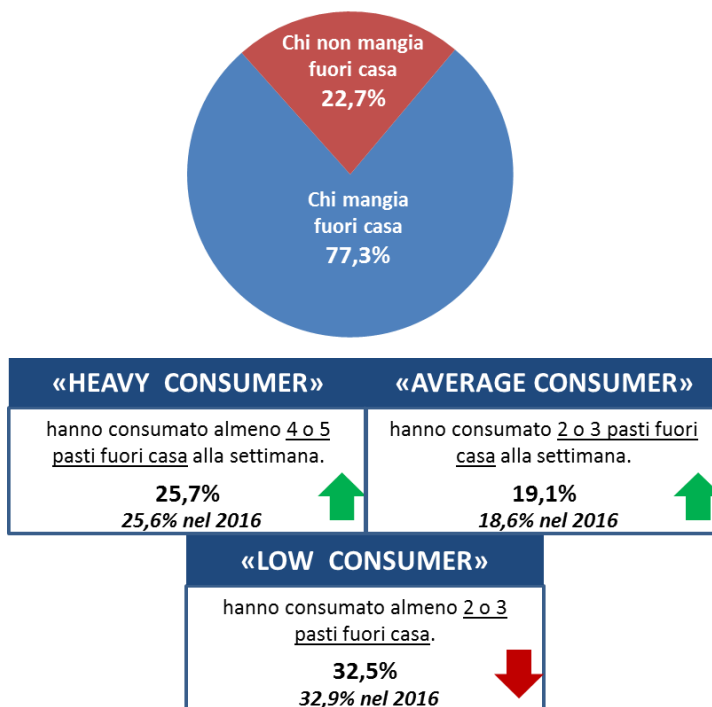
Gli *average* sono in prevalenza uomini (51,8%), residenti al Centro Italia (29,0%) di età compresa tra i 18 e i 24 anni.

I *low consumer* sono in prevalenza donne (51,2%), di età superiore ai 64 anni e residenti nelle regioni del Nord Italia.

L'indice dei consumi fuori casa (ICEO⁹) migliora nel 2017 dello 0,3% passando da 41,8% a 42,1%.

⁹ L'indicatore ICEO è una misura della propensione a mangiare fuori casa. L'unità di tempo è il mese. Sono state considerate quattro classi di frequenza di consumo: 0-1 volta al mese; 2-3 volte al mese; 8-12 volte al mese; 16-20 volte al mese. Per ciascuna classe è stato preso in considerazione il valore medio (fa eccezione la prima classe, per cui si è assunto, per convenzione, il valore "1"). Si è proceduto a "pesare" i dati percentuali di ciascuna classe con il valore medio di cui sopra. La media ponderata che ne scaturisce consiste nell'indice puro. Il campo di variazione è [3,2 ; 57,1]. L'indice è stato poi standardizzato su base 100, restituendo l'ICEO, con campo di variazione [0 , 100]. A valori più vicini a "0" corrisponde una propensione più bassa a mangiare fuori casa. A valori più vicini a "100" corrisponde una propensione più alta a mangiare fuori casa.

Fig. 43 - Coloro che mangiano fuori casa



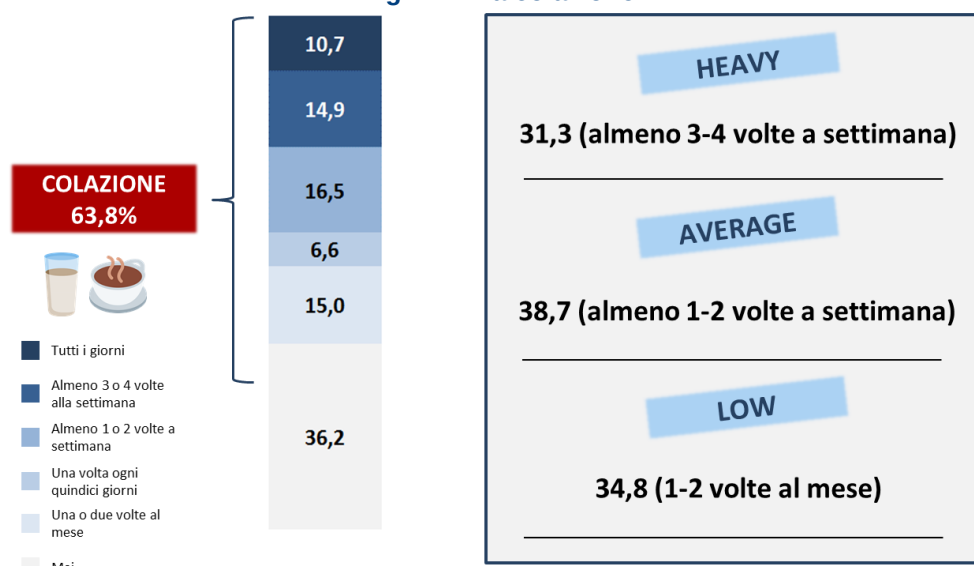
Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

5.1 La colazione

Il 63,8% degli italiani consuma la colazione fuori casa: 5,8 milioni almeno 3 o 4 volte alla settimana mentre per oltre quattro milioni è un rito quotidiano. Il luogo *par excellence* della colazione fuori casa è, senza distinzione di genere, età o area geografica, il bar/caffè. Il bar-pasticceria è al secondo posto, preferito soprattutto dalle donne (64,1% vs 58,2% degli uomini) e dai residenti nelle regioni del Nord Est (64,9%). Le alternative ci sono ma restano residuali a cominciare dai distributori automatici ai quali si indirizza il 16,4% dei consumatori. Per la colazione fuori casa gli italiani spendono in media tra i due ed i 3 euro. Solo l'1,3% spende meno di un euro e, in questo caso, si tratta quasi sempre di heavy consumer. E' evidente che si tratta dei

consumatori che hanno la consuetudine di fare colazione con un “semplice” espresso.

Fig. 44 – La colazione



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

Ad investire molto nel primo pasto del giorno sono soprattutto i giovani tra i 25 e i 34 anni (il 24,5% spende più di 3 euro vs l'11,7% di chi ha tra i 45 e i 54 anni). Nel meridione c'è una maggiore propensione a spendere: il 24,1% dei meridionali spende in media più di 3 euro a colazione. Gli uomini più che le donne dedicano alla colazione un budget superiore ai 3 € (18,6% vs 16,2% per le donne).

Fig. 45 – La colazione

DOVE		LA SPESA	
Bar/caffè	96,1	Meno di € 1	1,3
Bar pasticceria	61,6	€1- €2	37,0
Negozio al dettaglio alimentare	10,1	€2- €3	43,1
Distributore	16,4	€3-€5	15,7
Fast Food	14,5	Oltre i €5	2,9

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

Il trend della colazione consumata fuori casa non sembra aver subito significativi cambiamenti tra il 2016 ed il 2017. Si registra, a livello generale, una dinamica di sostanziale stabilità anche se osservando le informazioni per profilo di consumatore si rileva che sono soprattutto i *low consumer* ad esprimere una minore propensione al consumo fuori casa nel corso del 2017. Al contrario sia gli *high* che, soprattutto, gli *average* forniscono indicazioni opposte.

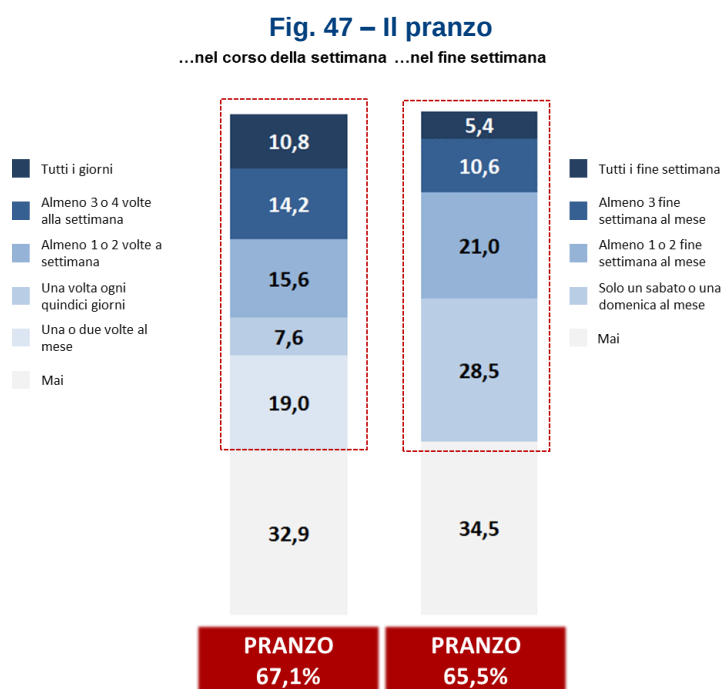
Fig. 46 – Le occasioni di consumo della colazione fuori casa (confronto con il 2016)

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
Aumentate fortemente	4,9	4,2	5,8	3,2
Aumentate lievemente	16,1	13,1	20,9	15,5
Rimasta invariata	54,0	67,3	60,1	38,0
Diminuita lievemente	17,1	10,2	7,6	31,2
Diminuita fortemente	7,9	5,2	5,6	12,1

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

5.2 Il pranzo

Le caratteristiche del pranzo fuori casa dipendono in larga misura dai giorni della settimana. Al 67,1% degli italiani, pari a poco meno di 34 milioni i persone, capita di consumare il pranzo fuori casa durante la settimana. Per 9,8 milioni si tratta di un'occasione abituale (almeno 3-4 volte alla settimana). I tre profili di consumatori si caratterizzano per evidenti differenze: gli *heavy* consumano il pranzo in prevalenza al bar mangiando un panino o un contorno, gli *average* ed i *low* scelgono sia il bar che il ristorante preferendo il primo o il panino. Il tempo dedicato al consumo del pranzo è al massimo di trenta minuti per i *low* mentre per gli *heavy* si arriva anche ad un'ora.



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

La spesa per il pranzo funzionale si concentra prevalentemente nella fascia 5-10 euro (48,7% delle risposte).

Fig. 48 – Il pranzo nel corso della settimana

DOVE		LA SPESA	
In un bar/gelateria/ pasticceria	42,1	Meno di € 5	13,5
In un ristorante/ trattoria/osteria/pizzeria	36,1	€5- €10	48,7
In una pizzeria a taglio, tavola calda/rosticceria/ self s./fast food	30,5	€11- €20	30,0
In mensa	16,6	€21-€30	6,1
Nel luogo di lavoro (cibo da casa)	19,1	Oltre i €30	1,8
Nel luogo di lavoro (cibo nelle vicinanze)	16,0		
Presso un distributore automatico	5,5		
Nel luogo di lavoro (ordine online)	10,2		

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

Nel pranzo conviviale del fine settimana luoghi, prodotti consumati e spesa cambiano significativamente. La spesa media cade nella fascia 16-30 euro ed è in linea sia con il consumo di un pasto in pizzeria che in trattoria/ristorante. Solo l'1,0% spende oltre i 70€ ed in questo caso si tratta quasi sempre di *low consumer*.

Fig. 49 – Il pranzo nel fine settimana

LA SPESA	
Meno di € 15	21,5
€16- €30	54,5
€31- €50	19,5
€51-€70	3,6
Oltre i €70	1,0

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

Il 28,5% di chi appartiene alla fascia d'età 45-54 anni, per lo più uomini (27,9% vs 20,5% delle donne), spende più di 31 euro per il pranzo conviviale.

Fig. 50 – Le occasioni di consumo del pranzo fuori casa (confronto con il 2016)

	Nel corso della settimana	Nel fine settimana
Aumentate fortemente	10,1	1,0
Aumentate lievemente	13,8	12,8
Rimaste invariate	61,3	69,8
Diminuite lievemente	11,8	12,8
Diminuite fortemente	3,0	3,6

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

L'indagine mette in evidenza la significativa ripresa del consumo di pranzi funzionali. Per il 24% degli intervistati nel 2017 sono aumentati rispetto all'anno precedente mentre per il 15% sono diminuiti. Dunque un saldo nettamente positivo. Non si può dire altrettanto, invece, per i pranzi conviviali del fine settimana. In questo caso il saldo tra chi ha dichiarato di averne aumentato la frequenza e chi, al contrario, li ha diminuiti è moderatamente negativo.

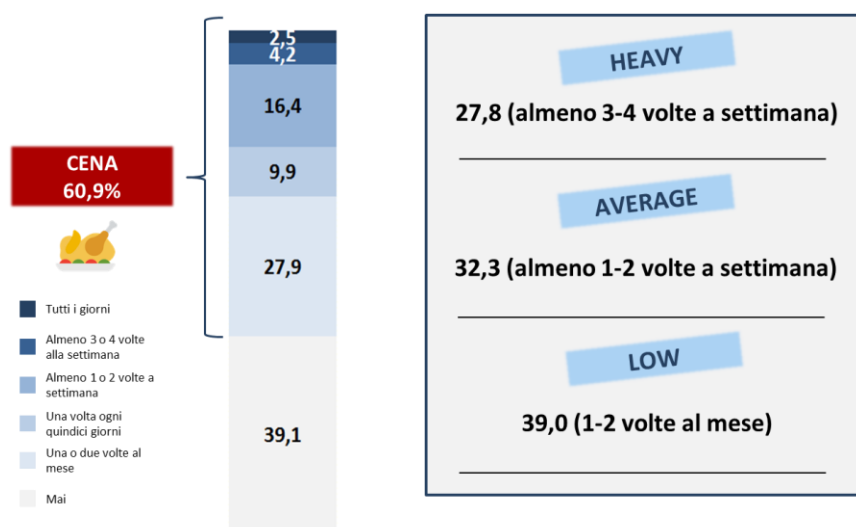
5.3 La cena

Il 60,9% degli intervistati ha consumato almeno una cena fuori casa con riferimento ad un mese tipo e 2,6 milioni lo hanno fatto almeno tre volte alla settimana. Si cena fuori casa principalmente in osteria oppure come seconda scelta in pizzeria.

Il prezzo di una cena-tipo è compreso tra 10 e 20 euro, anche se più di un terzo degli italiani spende tra 21 e 30 euro. Solo un intervistato su

cento è disposto a pagare più di 50 euro per consumare l'ultimo pasto del giorno.

Fig. 51 – La cena



Fonte: Indagine Fipec - Format, 2017

La propensione a spendere degli *heavy consumer* risulta significativamente differente rispetto a quella dei *low*: i primi pagano in media tra i 21 e i 30 euro mentre più del 50% dei *low consumer* si accontenta di una cena compresa nella fascia 10-20 euro. Insomma, con un certo grado di semplificazione, più ristorante per i primi, più pizzeria per i secondi.

Sotto il profilo territoriale sono i residenti nelle regioni del nord ovest a mostrare una maggiore propensione a spendere per la cena fuori casa: il 14,8% paga più di 30 euro. Nel Mezzogiorno, invece, più del 60% dei residenti non spende più di 20€ per una cena. E' evidente che su tali valori incide significativamente il differenziale di prezzo che esiste tra le attività ubicate nelle regioni del nord e quelle ubicate nelle altre regioni, in particolare al sud.

Fig. 52 – La cena

DOVE		LA SPESA	
Pizzeria con servizio al tavolo	58,7	Meno di € 10	5,7
Trattoria / osteria/ristorante	65,8	€10-€20	47,1
Pizzeria a taglio, Tavola calda/ Rosticceria/self service/ Fast food/take away	37,1	€21-€30	37,2
		€30-€50	8,9
Altro (bar, pub, etc.)	12,9	Oltre i €50	1,1

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

La propensione a consumare la cena fuori casa nel corso del 2017 è rimasta sui livelli dell'anno precedente. Per il 18% sono aumentati mentre per il 21% sono diminuiti. E' incoraggiante che proprio tra gli *heavy consumer* il saldo tra aumento e contrazione risulti positivo seppure con un modesto +0,2%.

Ancora una volta sono soprattutto i *low consumer* a mostrare una contrazione della propensione a consumare fuori casa nel corso del 2017.

Fig. 53 – Le occasioni di consumo della cena fuori casa (confronto con il 2016)

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
Aumentate fortemente	1,8	2,2	1,0	1,8
Aumentate lievemente	16,1	17,5	18,4	13,7
Rimasta invariata	61,0	60,8	59,7	62,9
Diminuita lievemente	16,8	15,9	16,8	17,1
Diminuita fortemente	4,3	3,6	4,1	4,5

Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

Approfondimento 5

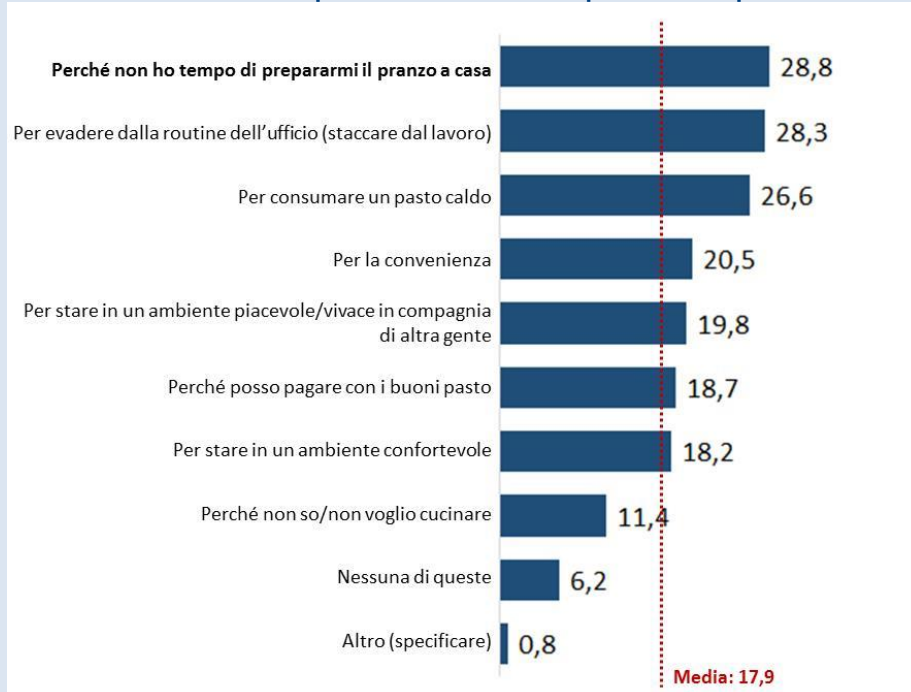
Il pranzo funzionale e i buoni pasto

Le motivazioni per le quali i lavoratori preferiscono consumare il pranzo in un pubblico esercizio sono principalmente tre:

1. la mancanza di tempo per preparare il pranzo a casa
2. la voglia di evadere dalla routine dell'ufficio
3. il piacere di consumare un pasto caldo

Seguono molte altre motivazioni tra cui la convenienza e la possibilità di pagare con i buoni pasto.

Quali sono le motivazioni che portano a consumare il pranzo in un pubblico esercizio?



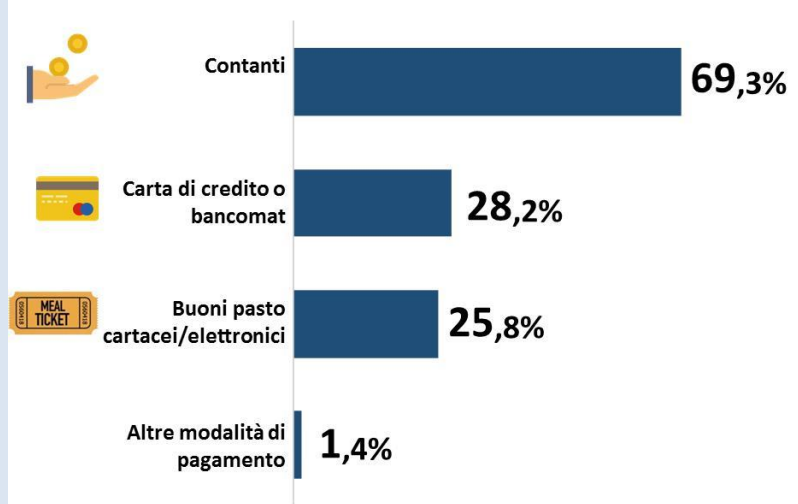
Per un lavoratore su due è la qualità del cibo il punto di forza del pubblico esercizio dove consumare il pranzo. Sono molto importanti anche la vicinanza al luogo di lavoro, la velocità del servizio e, da non trascurare, l'attenzione al portafogli. Anche in questo caso vi sono molte altre variabili che, tuttavia, sono assai meno rilevanti delle precedenti. Curiosa, soprattutto in questa fase in cui si discute di pos e di sanzioni, la percentuale di appena l'8,4% di chi ritiene importante la presenza di un POS all'interno del bar. Più significativa la segnalazione dell'uso dei buoni pasto (23,6%).

Quali sono le caratteristiche che incidono sulla scelta dei pubblici esercizi dove consumare il pranzo?



Il pranzo si paga per lo più in contanti (69,3%) ma oltre un quarto dei lavoratori intervistati privilegia la moneta virtuale, sia nella forma elettronica che in quella del servizio sostitutivo di mensa.

Le forme di pagamento utilizzate per il pranzo fuori casa durante la settimana

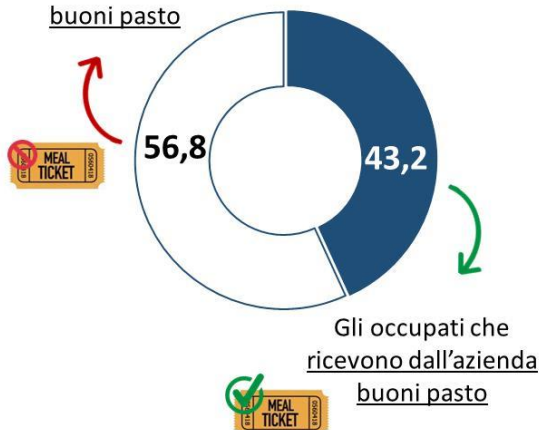


il totale è maggiore di 100 perché erano possibili più risposte

A proposito di buoni pasto si rileva che il 43,2% dei lavoratori dipendenti del campione (il 58% del totale lavoratori) li riceve dal proprio datore di lavoro. Come si vede sono ancora molti i dipendenti che non hanno a disposizione il servizio sostitutivo di mensa.

Riceve buoni pasto dal suo datore di lavoro?

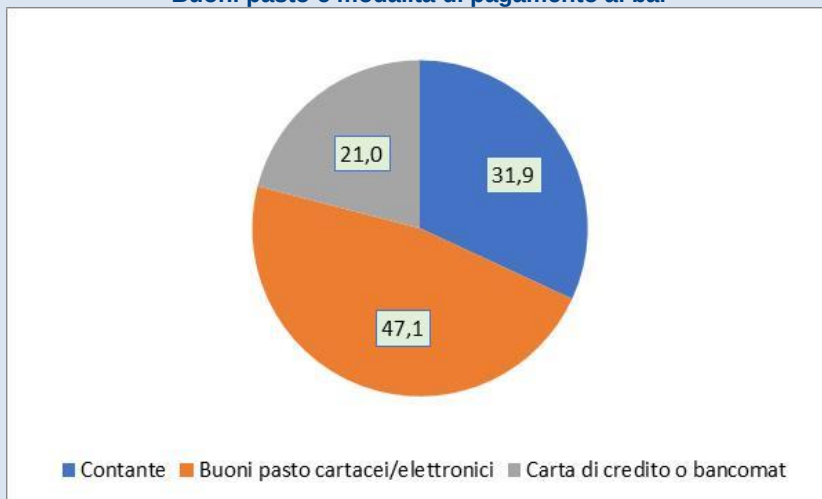
Gli occupati che non
ricevono dall'azienda
buoni pasto



Gli occupati che
ricevono dall'azienda
buoni pasto

Tra chi riceve i buoni pasto e frequenta il bar per il pranzo di mezzogiorno più del 50% paga in contanti o utilizza il pagobancomat. In definitiva pur potendo contare sulla disponibilità dei buoni pasto si utilizza una differente modalità di pagamento lasciando l'uso dei buoni per altre occasioni di spesa, probabilmente per gli acquisti negli esercizi del commercio al dettaglio.

Buoni pasto e modalità di pagamento al bar



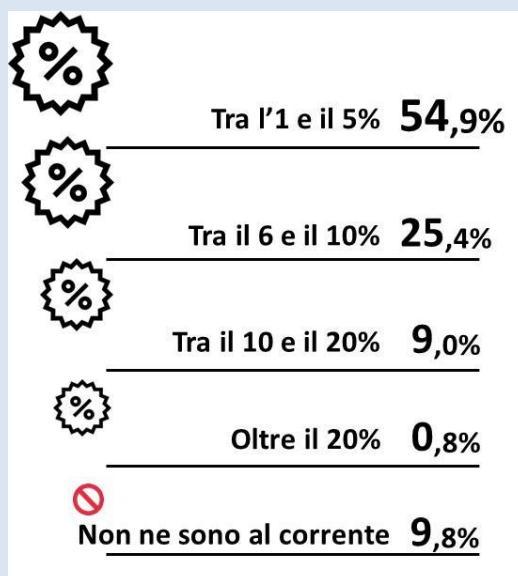
Solo un lavoratore dipendente su due sa che sui buoni pasto gli esercenti pagano una commissione agli emettitori e per il 54,9% di essi queste commissioni sono inferiori al 5%. Solo per uno su dieci superano la soglia del dieci per cento.

Lei è al corrente del fatto che sui buoni pasto gli esercenti pagano una commissione?



Esiste dunque un deficit di comunicazione tra esercenti e clienti se si considera che le commissioni attuali quasi mai sono sotto il 10% mentre è assai più probabile che sfiorino addirittura il 20%.

Sa indicare qual è il valore delle commissioni pagate dagli esercenti su ogni singolo buono pasto?



Fonte: Indagine Fipe - Format, 2017

Nota tecnica

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

Nell'approfondimento sulla dinamica dei consumi a livello regionale l'attualizzazione dei prezzi al 2016 è stata effettuata con gli indici dei prezzi al consumo rilevati in ciascuna regione.

Il capitolo su consistenza e dinamica imprenditoriale utilizza i dati che provengono dagli archivi delle Camere di Commercio. Sono state censite le sedi legali delle imprese operative a dicembre 2016 classificate con i codici di attività economica Ateco 2007:

- 56.1 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile
- 56.2 - Fornitura di pasti preparati (catering) e altri servizi di ristorazione
- 56.3 - Bar e altri esercizi simili senza cucina

Nel capitolo che tratta di valore aggiunto, occupazione e produttività, a seguito del cambiamento di base nelle nuove serie diffuse dall'Istat che ha reso indisponibili i valori disaggregati per Alberghi e pubblici esercizi, si è proceduto a presentare dei valori stimati.

L'indagine sulla congiuntura è realizzata direttamente da Fipe attraverso l'invio di un questionario a cadenza trimestrale ad un campione di imprese della ristorazione commerciale.

L'indagine sui comportamenti di consumo fuori casa degli italiani è stata svolta per mezzo di un questionario somministrato con il metodo delle interviste telefoniche (Sistema Cati, *Computer Assisted Telephone Interview*) e via web (Sistema Cawi, *Computer Assisted Web Interview*). La numerosità campionaria è di 1.139 interviste andate a buon fine con un intervallo di confidenza del 95% (errore $\pm 3,2\%$).

Le interviste sono state effettuate nel periodo: 12 ottobre – 2 novembre 2017.

Il capitolo sulla dinamica dei prezzi utilizza gli indici dei prezzi al consumo diffusi dall'Istat, mentre per i livelli dei prezzi si è fatto ricorso all'Osservatorio dei Prezzi del Ministero dello Sviluppo Economico. Giova ricordare che i prezzi provengono dalle rilevazioni effettuate dagli uffici di statistica dei comuni capoluoghi di provincia.

Le informazioni per gli approfondimenti provengono dalle seguenti fonti:

A1: Consumi delle famiglie – Istat

A2: Bilanci delle imprese – Cerved

A3: La tecnologia nelle imprese della ristorazione - Fipe/Pol. di Milano

A4: Indice dei prezzi al consumo – Istat

A5: Indagine sui consumi fuori casa – Fipe/Format

