



# OSSERVATORIO SUI CONSUMI FUORI CASA - 2016



Via Lucullo, 3  
00187 Roma  
Tel.: +39 06 42012372  
Fax: +39 06 42012404  
info@ebnt.it  
www.ebnt.it

Soci EBNT:



**Federfeti**  
Federazione Uniduale Ristoranti e  
Servizi per la Mobilità



**FINASCAT**



# agenda

## **presentazione del lavoro**

osservatorio sui consumi fuori casa

le occasioni di consumo

gli italiani e la musica

metodo

back up

## presentazione del lavoro |

Questo documento presenta i risultati dell'indagine «*I consumi alimentari degli italiani fuori casa*», svolta per il secondo anno consecutivo (dal 2015) da Format Research in collaborazione con Fuoric@ S.r.l. società operativa di ricerca della Fipe, Federazione Italiana Pubblici Esercizi, Committente della ricerca. **Lo scopo del lavoro era quello di rilevare, descrivere ed analizzare i comportamenti dei consumatori con riferimento al fenomeno del “mangiare fuori casa”.** Lo studio è stato svolto “sul campo” considerando le persone che nel corso di un mese «tipo», ovvero non considerando i periodi di tempo particolari quali le ferie, le festività, etc. hanno consumato i propri pasti almeno due o tre volte «fuori casa».

L'indagine è stata svolta per mezzo di un questionario strutturato concordato con Fipe e somministrato con il metodo delle interviste telefoniche (Sistema Cati, *Computer Assisted Telephone Interview*) e via web (Sistema Cawi, *Computer Assisted Web Interview*).

*Le interviste sono state effettuate nel periodo: 21 ottobre – 24 ottobre 2016*

Lo studio è stato realizzato nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei **Esomar**, del Codice deontologico **Assirm** (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione italiani), e della “**Legge sulla Privacy**” (D.lgs n. 196/03).

Direttore della ricerca: Dott. **Pierluigi Ascani**; Dott.ssa **Gaia Petrucci**.

## presentazione del lavoro | gli italiani, la musica ed i pubblici esercizi come contesti di socializzazione...

Nell'edizione del 2016 l'indagine ha contenuto al proprio interno un focus di approfondimento specifico **sugli italiani e la musica**, con riferimento sia alle *nuove modalità di fruizione della musica nell'era di Internet* (la relazione tra gli italiani e le abitudini musicali nel loro complesso: cosa ascoltano, come la ascoltano), sia *al nuovo ruolo dei diversi contesti di socializzazione*, tra i quali i pubblici esercizi in tutte le loro accezioni, per quanto concerne lo sviluppo dei nuovi trend, delle nuove tendenze, e delle nuove mode.

L'approfondimento monografico ha riguardato nello specifico:

- A) **Analisi del rapporto degli italiani con la musica** (cosa ascoltano gli italiani, per quanto tempo, i luoghi di fruizione, i canali per scoprire nuovi artisti, brani o album, etc);
- B) **L'importanza della musica come strumento di socializzazione nei pubblici esercizi** (quanto l'ascolto di musica nei locali, sia «live» che «registrata» rappresenti un fattore di scelta di determinati locali, quanto è importante che la musica rappresenti un sottofondo nelle serate, etc).

## presentazione del lavoro | aspetti di metodo

Indagine effettuata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo dei cittadini italiani di età superiore ai 18 anni che rispondevano alle caratteristiche di cui sopra (che hanno consumato nel corso di un mese «tipo» almeno 2 o 3 pasti fuori, che hanno consumato nel corso di un mese «tipo» almeno 2 o 3 pasti fuori casa alla settimana e che hanno consumato nel corso di un mese «tipo» 4 o 5 pasti fuori casa alla settimana).

Le unità statistiche sono state estratte casualmente a partire dall'Elenco degli abbonati al servizio telefonico nazionale secondo i criteri previsti dal disegno del campione. I vincoli per l'eleggibilità delle unità statistiche sono stati applicati direttamente in fase di "raccolta" per mezzo di apposite domande inserite nel questionario di rilevazione (es. non sono stati intervistati cittadini che nel corso di un mese «tipo» non hanno mai o soltanto una volta consumato dei pasti fuori casa).

Numerosità campionaria: 1.173 interviste a buon fine. Anagrafiche "non reperibili": 856 (25,7%); "Rifiuti": 1.302 (39,1%); "Sostituzioni": 2.158 (64,8%). Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 3,2\%$ ).

Per la profilazione del consumer è stato necessario stimare, attraverso una domanda filtro iniziale, l'incidenza del tasso di penetrazione del fenomeno rispetto all'impatto sull'universo della popolazione.

*Sovracampionamento «heavy consumer»* - Il sub-campione dei rispondenti caratterizzati da una frequenza "heavy consumption" (consumatori che hanno consumato 4 o 5 pasti fuori casa alla settimana nel corso di un mese «tipo»), è stato integrato per mezzo di interviste aggiuntive.

## presentazione del lavoro | gli italiani fuori casa ...una proposta di clusterizzazione

Di seguito i profili dei consumatori considerati nel dettaglio per frequenza di consumo:

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

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

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

# agenda

presentazione del lavoro

**osservatorio sui consumi fuori casa**

le occasioni di consumo

gli italiani e la musica

metodo

back up



# COLORO CHE MANGIANO FUORI CASA

## «HEAVY CONSUMER»

Consumer che in un mese «tipo» nel corso del 2016 hanno consumato almeno 4 o 5 pasti fuori casa alla settimana.

**25,6%**



*(erano il 25,5% nel 2015)*

## «AVERAGE CONSUMER»

Consumer che in un mese «tipo» nel corso del 2016 hanno consumato almeno 2 o 3 pasti fuori casa alla settimana.

**18,6%**



*(erano il 18,3% nel 2015)*

## «LOW CONSUMER»

Consumer che in un mese «tipo» nel corso del 2016 hanno consumato almeno 2 o 3 pasti fuori casa.

**32,9%**



*(erano il 33,2% nel 2015)*

## «RARE CONSUMER» (FUORI TARGET)

Consumer che in un mese «tipo» nel corso del 2016 hanno consumato soltanto un pasto o nessun pasto fuori casa.

**22,9%**

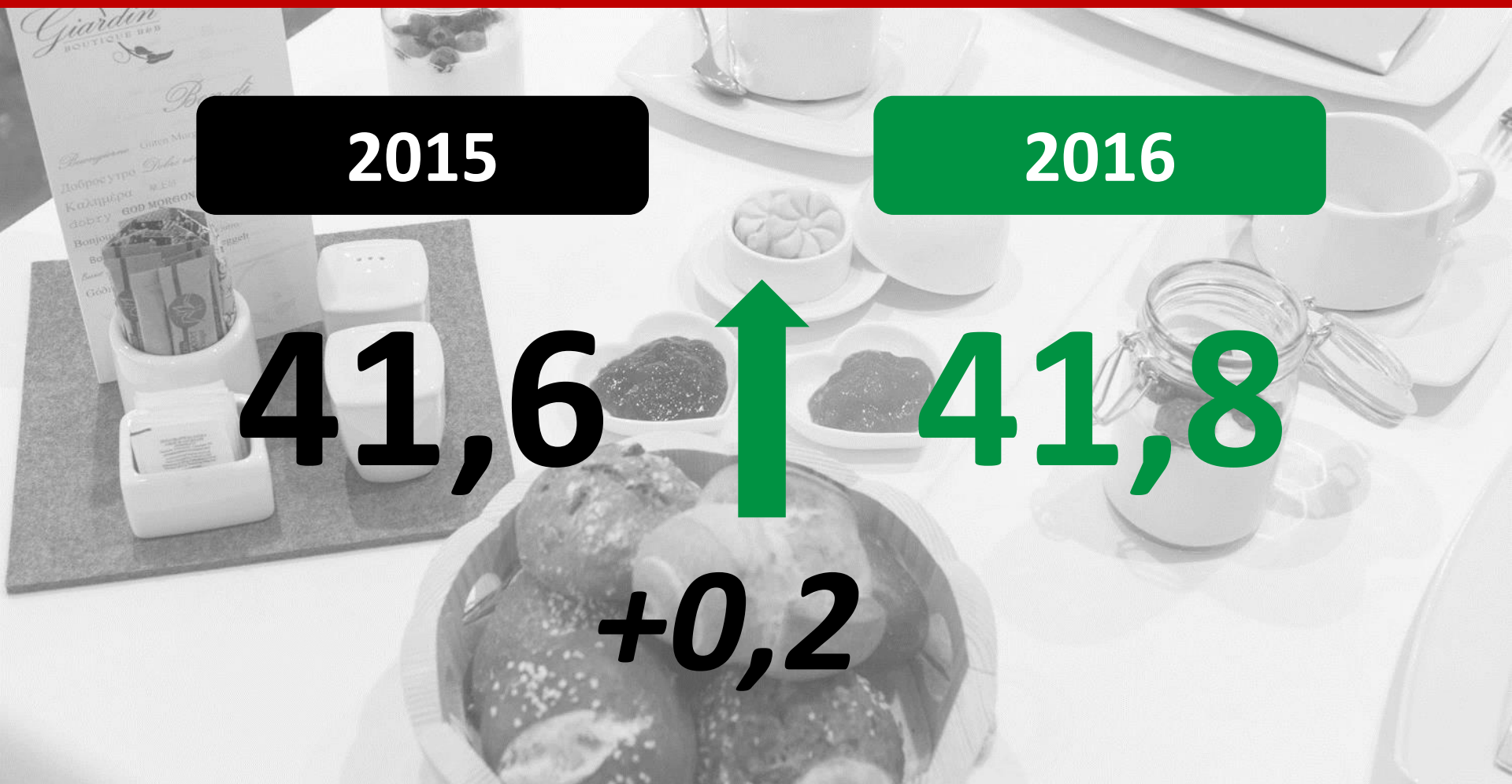


*(erano il 23,0% nel 2015)*

Per consumo "fuori casa" non si è inteso il consumo di cibo presso abitazioni di amici/parenti ma cibo consumato in luoghi pubblici (ad es. la mensa aziendale).

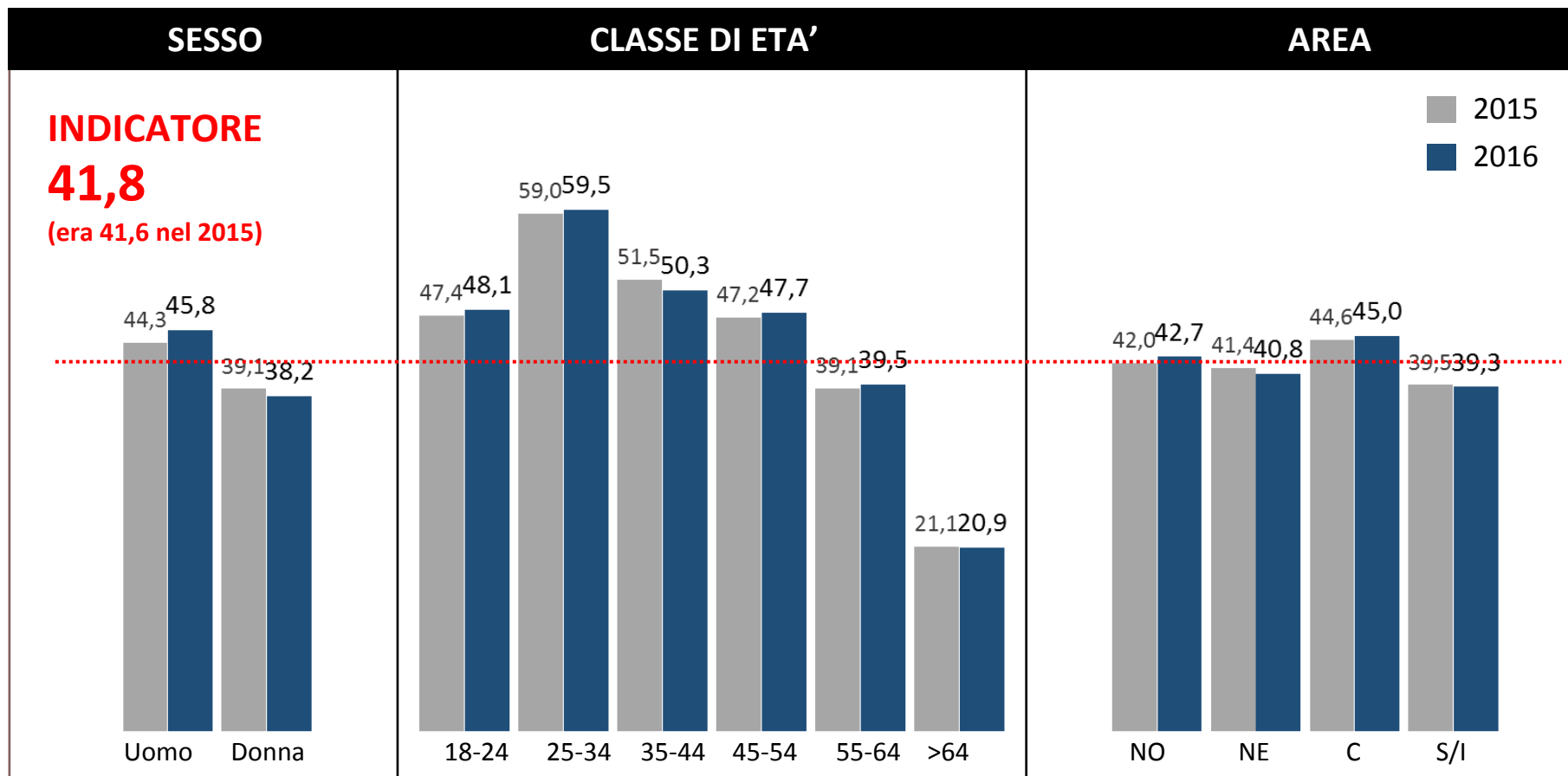
index consumers eating out | indice dei consumi fuori casa (ICEO)

L'indice dei consumi fuori casa (*ICEO*) rileva la tendenza degli italiani a consumare i pasti fuori casa.



L'indice varia da 0 a 100 e riguarda il 77,1% della popolazione italiana oltre i 18 anni di età.

# index consumers eating out | indice dei consumi fuori casa (ICEO)

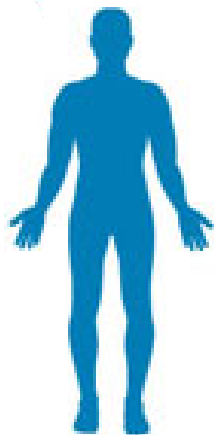


L'indicatore ICEO è stato costruito attraverso una media ponderata della propensione a mangiare fuori casa. L'unità di tempo è il mese. Sono state considerate quattro classi di frequenza di consumo: 0-1 volta al mese; 2-3 volte al mese; 8-12 volte al mese; 16-20 volte al mese. Per ciascuna classe è stato 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. L'indice è stato 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.

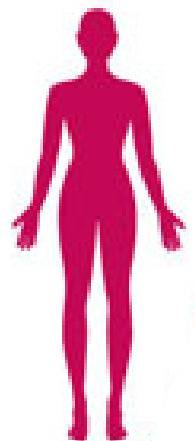
# profilazione sociodemografica | gli heavy consumer (25,6%)

Fatto 100 il totale dei cittadini contattati il 25,6% consuma almeno 4 o 5 pasti alla settimana fuori casa in un mese (Heavy Consumer)

Sesso



53,9



46,1

Classe di età

18-24  
anni 15,0

25-34  
anni 23,5

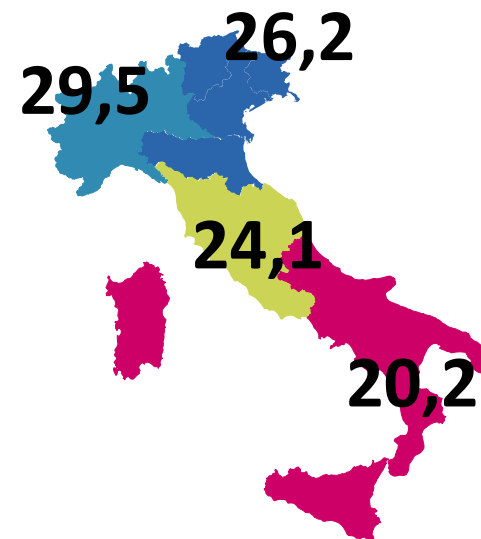
35-44  
anni 23,7

45-54  
anni 18,6

55-64  
anni 12,6

oltre 64  
anni 6,6

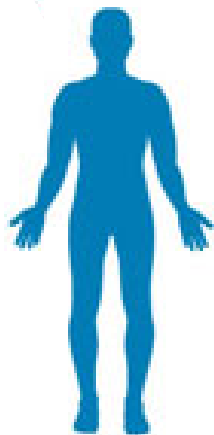
Area geografica



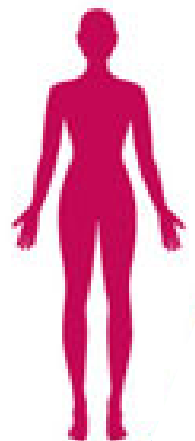
# profilazione sociodemografica | gli average consumer (18,6%)

Fatto 100 il totale dei cittadini contattati il 18,6% consuma almeno 2 o 3 pasti alla settimana fuori casa in un mese (Average Consumer)

Sesso



51,7



48,3

Classe di età

18-24  
anni 23,7

25-34  
anni 20,0

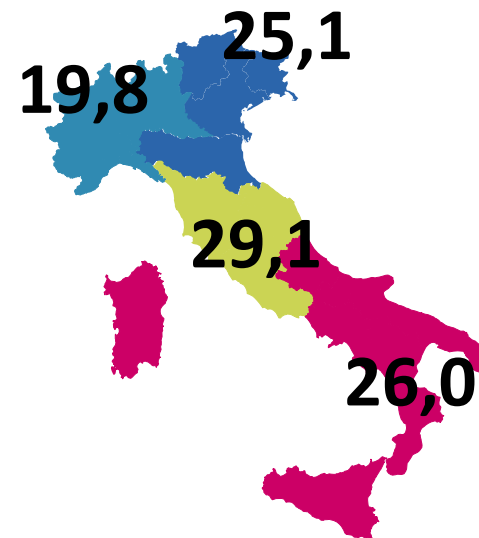
35-44  
anni 15,5

45-54  
anni 19,1

55-64  
anni 12,6

oltre 64  
anni 9,1

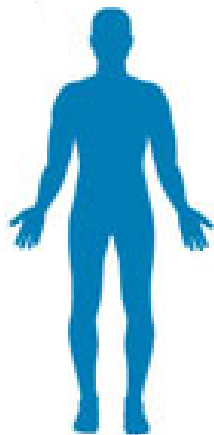
Area geografica



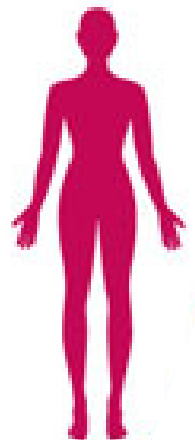
# profilazione sociodemografica | i low consumer (32,9%)

Fatto 100 il totale dei cittadini contattati il 32,9% consuma almeno 2 o 3 pasti fuori casa in un mese  
(Low Consumer)

Sesso



45,2



54,8

Classe di età

18-24  
anni 14,1

25-34  
anni 11,1

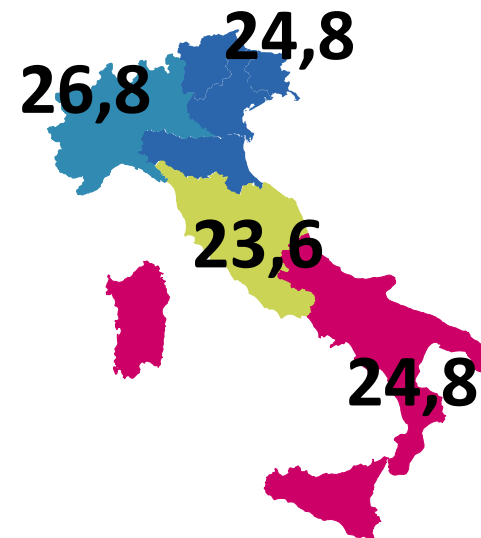
35-44  
anni 14,3

45-54  
anni 14,5

55-64  
anni 21,2

oltre 64  
anni 24,8

Area geografica



Gli **heavy consumer** sono in prevalenza uomini (53,9% era il 51,3% nel 2015) di età compresa tra i 35 e i 44 anni (23,7% era il 24,8% nel 2015) e residenti al Nord Ovest (29,5% era il 29,8% nel 2015) in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (36,8% era il 30,5%).

Gli **average consumer** sono in prevalenza uomini (51,7% era il 51,9% nel 2015), residenti al Centro Italia (29,1% era il 28,9% nel 2015) in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (37,9% era il 35,9% nel 2015) e di età compresa tra i 18 e i 24 anni (23,7% era il 24%).

I **low consumer** sono in prevalenza donne (54,8% era il 51,6% nel 2015), di età superiore ai 64 anni (24,8%), residenti nelle regioni del Nord Italia (Nord Ovest 26,8% e Nord Est 24,8%), in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 (40,1%).

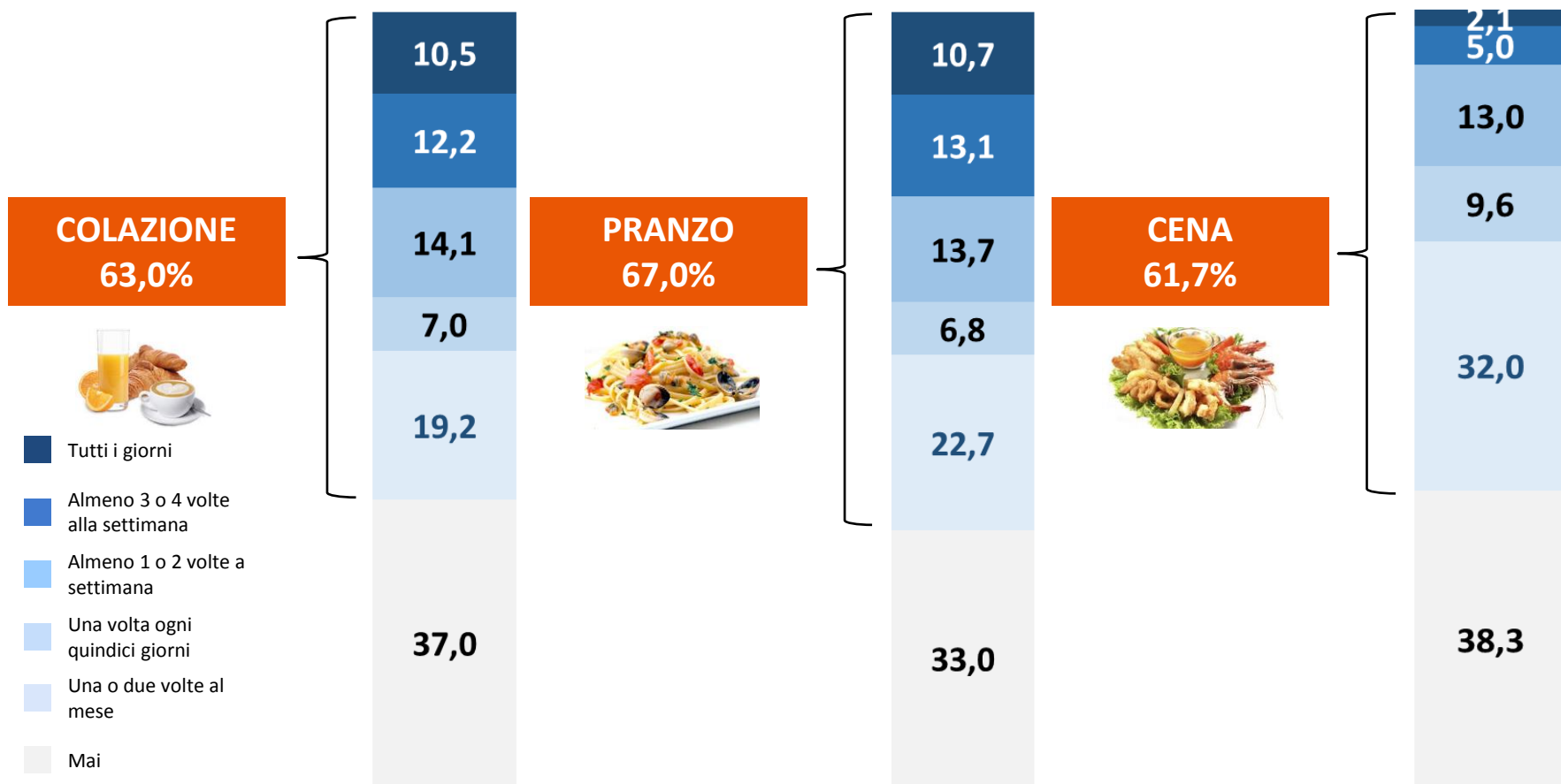
Nelle slide successive sono stati rappresentati i dati sulle frequenze di consumo per ciascuna occasione di consumo (colazione, pranzo, cena, aperitivo, dopocena).

I dati sono stati analizzati considerando nella frequenza di consumo «mai» anche i consumer che in un mese «tipo» nel corso del 2016 hanno consumato soltanto un pasto o nessun pasto fuori casa.



# frequenza dei consumi | frequenza consumi extradomestici nel «mese tipo»...(colazione, pranzo e cena)

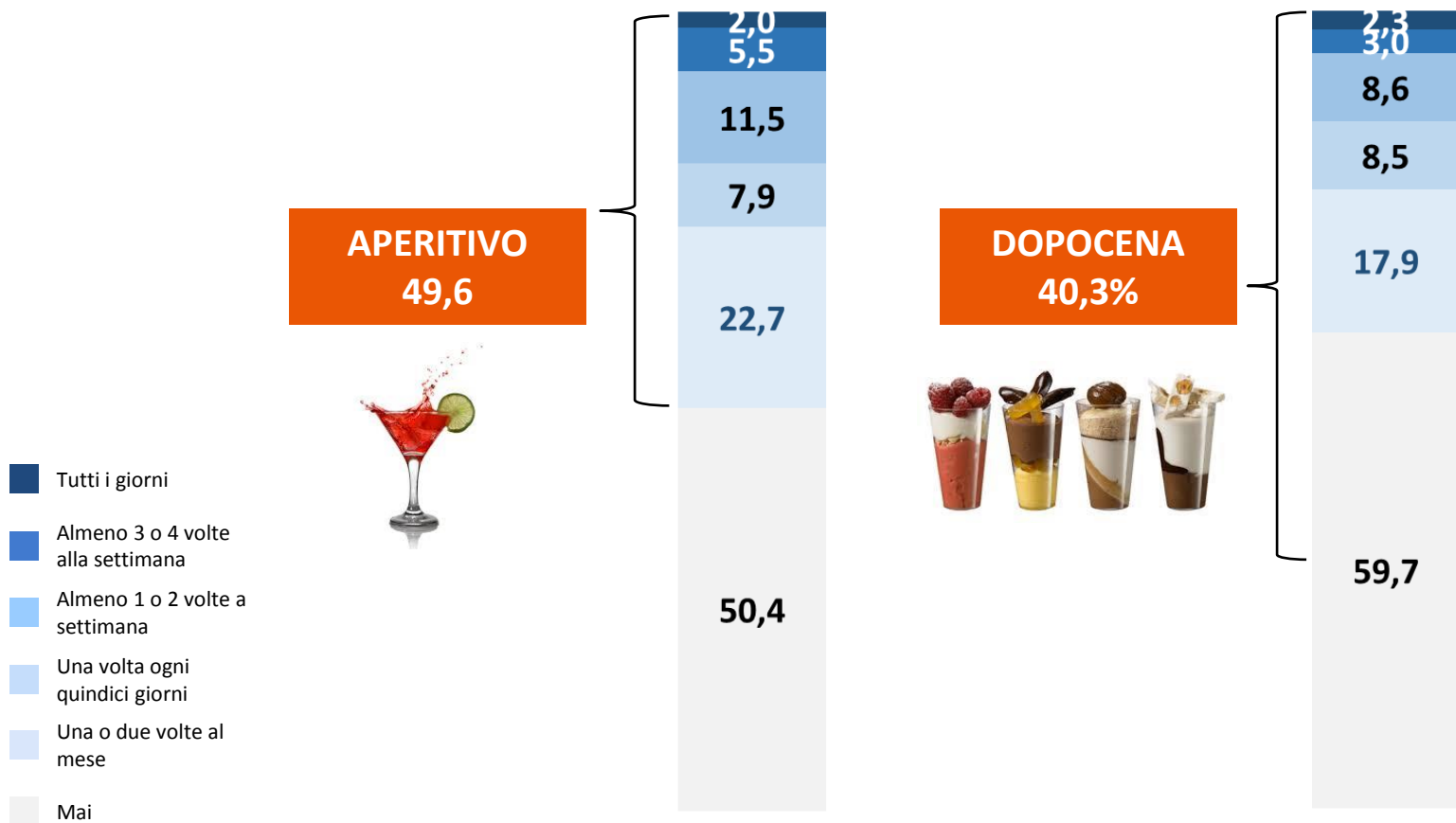
Nel corso del 2016, pensando ad un mese “tipo” normalmente quante volte ha occasione di consumare i seguenti pasti «fuori casa»?



Il dato è stato analizzato considerando nella frequenza «mai» anche i consumer che in un mese «tipo» nel corso del 2016 hanno consumato soltanto un pasto o nessun pasto fuori casa.

# frequenza dei consumi | frequenza consumi extradomestici nel «mese tipo»...(aperitivo e dopo cena)

Nel corso del 2016, pensando ad un mese “tipo” normalmente quante volte ha occasione di consumare i seguenti pasti «fuori casa»?



Il dato è stato analizzato considerando nella frequenza «mai» anche i consumer che in un mese «tipo» nel corso del 2016 hanno consumato soltanto un pasto o nessun pasto fuori casa.

# agenda

presentazione del lavoro

osservatorio sui consumi fuori casa

## **le occasioni di consumo**

✓ **la colazione**

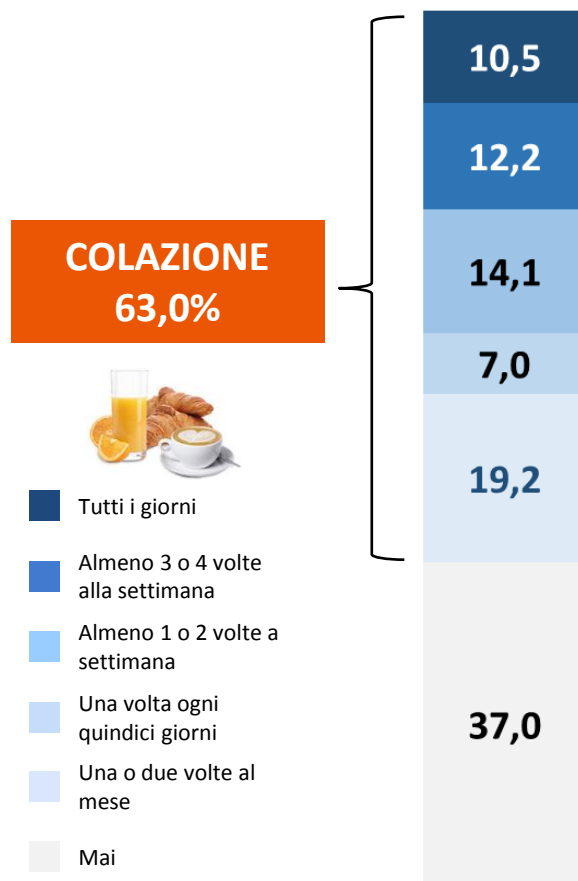
gli italiani e la musica

metodo

back up

## la colazione | quante volte si consuma la colazione fuori casa

Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" normalmente quante volte ha occasione di consumare la colazione fuori casa?



**HEAVY**

**31,0 (almeno 3-4 volte a settimana)**

**AVERAGE**

**42,0 (almeno 1-2 volte a settimana)**

**LOW**

**38,0 (1 o 2 volte al mese)**

## la colazione | quali sono i luoghi preferiti dove si consuma la colazione

Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" quali sono i luoghi principali dove consuma prevalentemente la sua colazione fuori casa?

TOTALE	HEAVY	AVERAGE	LOW
Bar/caffè <b>95,6</b>	Bar/caffè <b>93,2</b>	Bar/caffè <b>96,0</b>	Bar/caffè <b>97,2</b>
Bar pasticceria <b>61,2</b>	Bar pasticceria <b>60,0</b>	Bar pasticceria <b>61,2</b>	Bar pasticceria <b>62,1</b>
Distributore <b>17,4</b>	Distributore <b>18,3</b>	Distributore <b>17,2</b>	Distributore <b>18,5</b>
Fast food <b>14,2</b>	Fast food <b>14,5</b>	Fast food <b>16,4</b>	Fast food <b>10,9</b>
Negoziò al dettaglio alimentare <b>9,9</b>	Negoziò al dettaglio alimentare <b>12,2</b>	Negoziò al dettaglio alimentare <b>8,1</b>	Negoziò al dettaglio alimentare <b>9,2</b>

Il luogo *par excellence* della colazione è il **bar/caffè** per tutti e tre i profili di consumatori, 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 (65% vs 57% degli uomini) e nel Nord Est (64%).

In lieve calo, rispetto all'anno scorso, il **negoziò al dettaglio alimentare** (nel 2015 raccoglieva il 13,8% delle preferenze) che è frequentato più dagli heavy consumer che dalle altre tipologie di consumatori.

## la colazione | chi ha una frequenza di consumo più alta spende mediamente meno di 2 euro per la colazione...

Nel corso del 2016, pensando ad una “sua” colazione “tipo” qual è la spesa personale che mediamente riserva per una singola colazione fuori casa?

TOTALE	HEAVY	AVERAGE	LOW
Meno di € 1 <b>1,5</b>	Meno di € 1 <b>2,9</b>	Meno di € 1 <b>0,4</b>	Meno di € 1 <b>1,0</b>
€1- €2 <b>36,9</b>	€1- €2 <b>35,8</b>	€1- €2 <b>36,5</b>	€1- €2 <b>38,2</b>
€2- €3 <b>42,7</b>	€2- €3 <b>41,3</b>	€2- €3 <b>42,5</b>	€2- €3 <b>44,2</b>
€3-€5 <b>16,1</b>	€3-€5 <b>17,0</b>	€3-€5 <b>17,9</b>	€3-€5 <b>14,1</b>
Oltre i €5 <b>2,8</b>	Oltre i €5 <b>3,1</b>	Oltre i €5 <b>2,8</b>	Oltre i €5 <b>2,5</b>

Per la colazione fuori, gli italiani spendono mediamente 2-3 euro. Solo l'1,5% spende meno di un euro e, in questo caso, si tratta quasi sempre di heavy consumer.

Ad investire molto nel primo pasto del giorno sono soprattutto **i giovani tra i 25 e i 34 anni** (il 24,2% spende più di 3 euro vs il 10,3% di chi ha tra i 45 e i 54 anni). Nel meridione c'è una maggiore propensione a spendere: il 23,4% dei meridionali spende in media più di 3 euro a colazione. Non si riscontrano invece differenze significative tra consumatori maschi e femmine.

## la colazione | frequenza consumi extradomestici

Rispetto allo scorso anno (2015), le volte, ovvero le occasioni, nelle quali ha consumato la colazione fuori casa sono...?

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
<b>Aumentate fortemente</b>	<b>4,1</b>	<b>4,4</b>	<b>5,6</b>	<b>2,8</b>
<b>Aumentate lievemente</b>	<b>15,6</b>	<b>12,8</b>	<b>20,2</b>	<b>15,3</b>
<b>Rimasta invariata</b>	<b>53,9</b>	<b>67,1</b>	<b>59,9</b>	<b>37,4</b>
<b>Diminuita lievemente</b>	<b>17,8</b>	<b>10,7</b>	<b>7,9</b>	<b>30,9</b>
<b>Diminuita fortemente</b>	<b>8,6</b>	<b>5,0</b>	<b>6,3</b>	<b>13,6</b>

# agenda

presentazione del lavoro

osservatorio sui consumi fuori casa

## **le occasioni di consumo**

✓ **il pranzo**

gli italiani e la musica

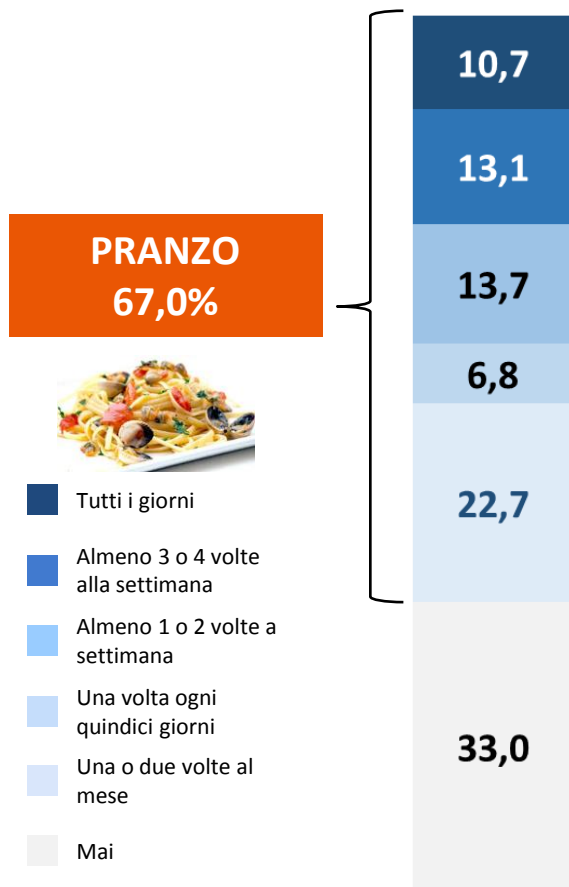
metodo

back up



## il pranzo | quante volte si consuma il pranzo fuori casa nei giorni feriali

Nel corso del 2016, pensando ad un mese “tipo” normalmente quante volte ha occasione di consumare il pranzo fuori casa “dal lunedì al venerdì”?



**HEAVY**

**34,0 (almeno 3-4 volte a settimana)**

**AVERAGE**

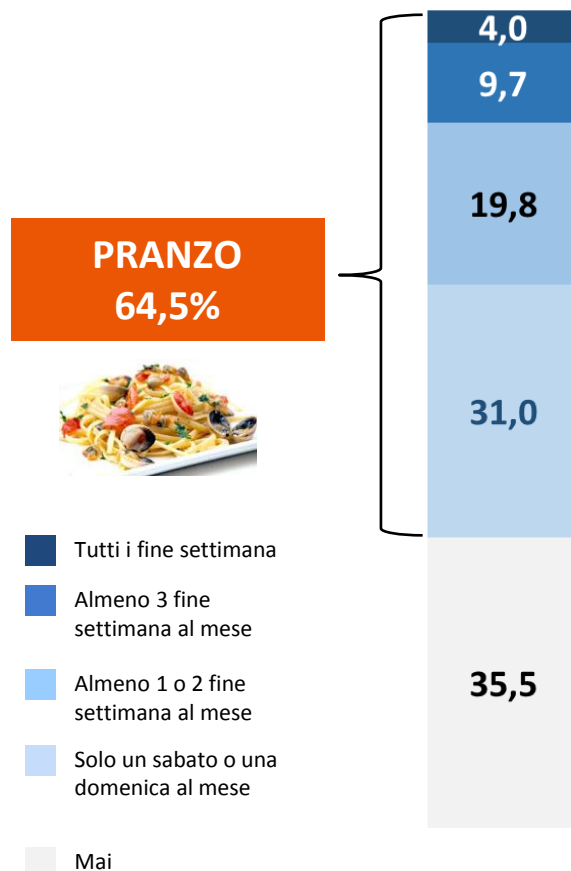
**42,0 (almeno 1-2 volte a settimana)**

**LOW**

**32,8 (1 o 2 volte al mese)**

## il pranzo | quante volte si consuma il pranzo fuori casa nel fine settimana

Nel corso del 2016, pensando ad un mese “tipo” normalmente quante volte ha occasione di consumare il pranzo fuori casa “dal sabato alla domenica”?



**HEAVY**

**32,3 (almeno 1 o 2 fine settimana al mese)**

**AVERAGE**

**33,0 (Solo un sabato o una domenica al mese)**

**LOW**

**47,0 (Solo un sabato o una domenica al mese)**

## il pranzo | quali sono i luoghi principali dove si consuma il pranzo..

Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" quali sono i luoghi principali dove consuma prevalentemente il suo pranzo fuori casa nel corso della settimana?

TOTALE	HEAVY	AVERAGE	LOW
In un bar <b>38,8</b>	In un bar <b>35,3</b>	In un bar <b>39,0</b>	In un bar <b>42,3</b>
Trattoria/ristorante italiano/osteria <b>34,9</b>	Trattoria/ristorante italiano/osteria <b>33,1</b>	Trattoria/ristorante italiano/osteria <b>33,3</b>	Trattoria/ristorante italiano/osteria <b>37,3</b>
Pizzeria a taglio, Tavola calda, Rosticceria/self s. <b>29,4</b>	Pizzeria a taglio, Tavola calda, Rosticceria/self s. <b>26,3</b>	Pizzeria a taglio, Tavola calda, Rosticceria/self s. <b>31,3</b>	Pizzeria a taglio, Tavola calda, Rosticceria/self s. <b>32,2</b>
Pizzeria con servizio al tavolo <b>27,1</b>	Pizzeria con servizio al tavolo <b>27,0</b>	Pizzeria con servizio al tavolo <b>28,3</b>	Pizzeria con servizio al tavolo <b>26,9</b>
Nel luogo di lavoro (cibo da casa) <b>18,8</b>	Nel luogo di lavoro (cibo da casa) <b>22,1</b>	Nel luogo di lavoro (cibo da casa) <b>18,5</b>	Nel luogo di lavoro (cibo da casa) <b>15,3</b>
In una mensa scolastica / aziendale/universitaria <b>14,3</b>	In una mensa scolastica / aziendale/universitaria <b>17,6</b>	In una mensa scolastica / aziendale/universitaria <b>14,5</b>	In una mensa scolastica / aziendale/universitaria <b>10,5</b>
Nel luogo di lavoro (cibo nelle vicinanze) <b>13,1</b>	Nel luogo di lavoro (cibo nelle vicinanze) <b>14,7</b>	Nel luogo di lavoro (cibo nelle vicinanze) <b>13,4</b>	Nel luogo di lavoro (cibo nelle vicinanze) <b>11,1</b>
Supermercato/ Negozio al dettaglio <b>8,3</b>	Supermercato/ Negozio al dettaglio <b>8,7</b>	Supermercato/ Negozio al dettaglio <b>6,9</b>	Supermercato/ Negozio al dettaglio <b>8,8</b>
In un ristorante etnico <b>7,6</b>	In un ristorante etnico <b>7,3</b>	In un ristorante etnico <b>5,9</b>	In un ristorante etnico <b>9,2</b>
Presso un distributore automatico <b>4,0</b>	Presso un distributore automatico <b>4,8</b>	Presso un distributore automatico <b>3,1</b>	Presso un distributore automatico <b>3,5</b>
Gelateria/pasticceria <b>3,7</b>	Gelateria/pasticceria <b>3,1</b>	Gelateria/pasticceria <b>5,8</b>	Gelateria/pasticceria <b>3,0</b>

Base campione: 1.040 casi. Solo a coloro che non hanno risposto «Mai» al consumo del pranzo fuori casa nel corso della settimana.

## il pranzo | quali sono i luoghi principali dove si consuma il pranzo..

Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" quali sono i luoghi principali dove consuma prevalentemente il suo pranzo fuori casa nel fine settimana?

TOTALE	HEAVY	AVERAGE	LOW		
Trattoria/ristorante italiano/osteria	56,2	54,4	54,0	Trattoria/ristorante italiano/osteria	59,1
Pizzeria con servizio al tavolo	39,5	38,4	38,7	Pizzeria con servizio al tavolo	41,4
Pizzeria a taglio, Tavola calda, Rosticceria/self s.	34,1	30,5	33,5	Pizzeria a taglio, Tavola calda, Rosticceria/self s.	38,9
In un ristorante etnico	17,9	18,3	15,2	In un ristorante etnico	19,2
In un bar	16,2	14,4	15,9	In un bar	17,9
Nel luogo di lavoro (cibo da casa)	8,7	11,2	10,9	Nel luogo di lavoro (cibo da casa)	4,7
In un supermercato / negozio al dettaglio	7,9	9,0	10,1	In un supermercato / negozio al dettaglio	5,2
Nel luogo di lavoro (cibo nelle vicinanze)	5,5	5,9	7,5	Nel luogo di lavoro (cibo nelle vicinanze)	3,6
Gelateria/pasticceria	5,1	5,5	5,7	Gelateria/pasticceria	4,4
In una mensa scolastica / aziendale/universitaria	4,4	5,8	4,0	In una mensa scolastica / aziendale/universitaria	3,3
Presso un distributore automatico	4,4	6,6	4,5	Presso un distributore automatico	2,2

Base campione: 1.023 casi. Solo a coloro che non hanno risposto «Mai» al consumo del pranzo fuori casa nel corso del fine settimana.

## il pranzo | la spesa personale per singolo pranzo....

Nel corso del 2016, pensando ad un suo pranzo tipo qual è la spesa personale che mediamente riserva per un singolo pranzo fuori casa nel corso della settimana?

TOTALE		HEAVY		AVERAGE		LOW	
Meno di € 5	12,2	Meno di € 5	13,5	Meno di € 5	11,4	Meno di € 5	11,6
€5- €10	45,5	€5- €10	46,2	€5- €10	48,0	€5- €10	43,0
€10- €20	34,3	€10- €20	30,6	€10- €20	34,4	€10- €20	37,9
€20- €30	7,2	€20- €30	8,4	€20- €30	5,9	€20- €30	7,0
Oltre i €30	0,8	Oltre i €30	1,3	Oltre i €30	0,4	Oltre i €30	0,5

...e quale nel fine settimana?

TOTALE		HEAVY		AVERAGE		LOW	
Meno di € 5	4,2	Meno di € 5	2,8	Meno di € 5	3,5	Meno di € 5	5,9
€5- €10	25,5	€5- €10	28,2	€5- €10	26,7	€5- €10	22,4
€10- €20	42,2	€10- €20	38,7	€10- €20	39,6	€10- €20	47,0
€20- €30	24,3	€20- €30	25,1	€20- €30	28,2	€20- €30	21,2
Oltre i €30	3,7	Oltre i €30	5,2	Oltre i €30	2,0	Oltre i €30	3,4

Base campione: Corso della settimana 1.040 casi. Consumer: «Heavy» 379 casi, «Average» 273 casi, «Low» 388 casi. Corso del week end: 1.023 casi. Consumer: «Heavy» 362 casi, «Average» 255 casi, «Low» 406 casi.

## il pranzo | frequenza consumi extradomestici nel corso DELLA SETTIMANA

Rispetto allo scorso anno (2015), le volte ovvero le occasioni, nelle quali ha consumato il “pranzo” fuori casa “dal lunedì al venerdì” (nei giorni feriali) sono...?

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
Aumentate fortemente	9,7	10,3	6,2	11,6
Aumentate lievemente	13,1	10,0	13,2	16,0
Rimasta invariata	60,8	66,8	65,6	51,5
Diminuita lievemente	12,0	9,8	9,2	16,2
Diminuita fortemente	4,4	3,2	5,9	4,6

Base campione: 1.040 casi. Solo a coloro che non hanno risposto «Mai» al consumo del pranzo fuori casa nel corso della settimana.

## il pranzo | frequenza consumi extradomestici nel corso DEL FINE SETTIMANA

Rispetto allo scorso anno (2015), le volte ovvero le occasioni, nelle quali ha consumato il “pranzo” fuori casa «dal sabato alla domenica» (inteso anche come solo sabato o solo la domenica) sono...?

	<b>Totale</b>	<b>HEAVY</b>	<b>AVERAGE</b>	<b>LOW</b>
<b>Aumentate fortemente</b>	<b>0,5</b>	<b>0,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,5</b>
<b>Aumentate lievemente</b>	<b>10,9</b>	<b>12,4</b>	<b>11,0</b>	<b>9,6</b>
<b>Rimasta invariata</b>	<b>71,7</b>	<b>76,8</b>	<b>74,9</b>	<b>65,0</b>
<b>Diminuita lievemente</b>	<b>13,1</b>	<b>8,3</b>	<b>10,6</b>	<b>19,0</b>
<b>Diminuita fortemente</b>	<b>3,8</b>	<b>2,2</b>	<b>2,7</b>	<b>5,9</b>

Base campione: 1.023 casi. Solo a coloro che non hanno risposto «Mai» al consumo del pranzo fuori casa nel corso del fine settimana.

# agenda

presentazione del lavoro

osservatorio sui consumi fuori casa

## **le occasioni di consumo**

✓ **la cena**

gli italiani e la musica

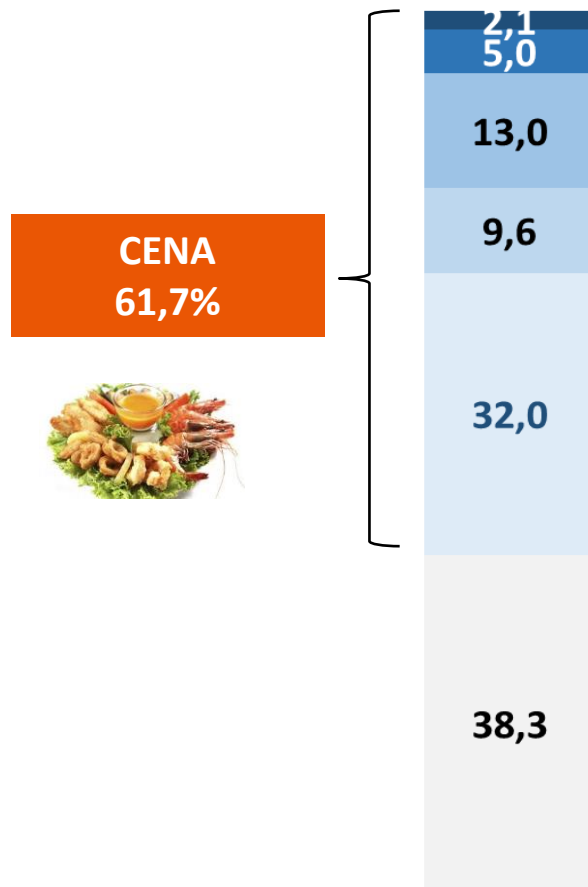
metodo

back up



## la cena | quante volte si consuma la cena fuori casa..

Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" normalmente quante volte ha occasione di consumare la cena fuori casa?



**HEAVY**

**31,0 (almeno 1-2 volte a settimana)**

**AVERAGE**

**33,0 (almeno 1-2 volte a settimana)**

**LOW**

**41,0 (1 o 2 volte al mese)**

## la cena | quali sono i luoghi principali dove si consuma la cena...

Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" quali sono i luoghi principali dove consuma prevalentemente la sua cena fuori casa?

TOTALE	HEAVY	AVERAGE	LOW
Trattoria / osteria/ristorante	Trattoria / osteria/ristorante	Trattoria / osteria/ristorante	Trattoria / osteria/ristorante
<b>57,0</b>	<b>57,3</b>	<b>55,9</b>	<b>57,1</b>
Pizzeria con servizio al tavolo	Pizzeria con servizio al tavolo	Pizzeria con servizio al tavolo	Pizzeria con servizio al tavolo
<b>50,8</b>	<b>56,2</b>	<b>44,6</b>	<b>48,8</b>
Pizzeria a taglio, Tavola calda Rosticceria/self service	Pizzeria a taglio, Tavola calda Rosticceria/self service	Pizzeria a taglio, Tavola calda Rosticceria/self service	Pizzeria a taglio, Tavola calda Rosticceria/self service
<b>33,6</b>	<b>32,9</b>	<b>33,6</b>	<b>34,7</b>
Ristorante etnico	Ristorante etnico	Ristorante etnico	Ristorante etnico
<b>20,7</b>	<b>17,0</b>	<b>24,2</b>	<b>21,6</b>
Gelateria/pasticceria	Gelateria/pasticceria	Gelateria/pasticceria	Gelateria/pasticceria
<b>20,2</b>	<b>17,9</b>	<b>24,4</b>	<b>21,3</b>
In un pub/disco pub o discoteca	In un pub/disco pub o discoteca	In un pub/disco pub o discoteca	In un pub/disco pub o discoteca
<b>10,7</b>	<b>11,8</b>	<b>10,0</b>	<b>9,8</b>
In un bar	In un bar	In un bar	In un bar
<b>3,3</b>	<b>4,0</b>	<b>4,8</b>	<b>1,2</b>

Base campione: 1.040 casi. Solo a coloro che non hanno risposto «Mai» al consumo della cena fuori casa.

## la cena | la spesa per la cena

Nel corso del 2016, pensando ad una cena “tipo” qual è la spesa personale che mediamente riserva per una singola cena fuori casa?

TOTALE		HEAVY		AVERAGE		LOW	
Meno di € 10	6,4	Meno di € 10	5,4	Meno di € 10	6,3	Meno di € 10	7,5
€10-€20	46,3	€10-€20	39,1	€10-€20	49,2	€10-€20	50,8
€20-€30	36,8	€20-€30	43,4	€20-€30	34,6	€20-€30	32,3
€30-€50	9,3	€30-€50	11,3	€30-€50	7,9	€30-€50	8,4
Oltre i €50	1,2	Oltre i €50	0,8	Oltre i €50	2,0	Oltre i €50	1,0

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

La disponibilità a pagare degli heavy consumer risulta significativamente differente rispetto ai «low»: i primi pagano in media tra i 20 e i 30 euro mentre più del 50% dei low consumer si accontenta di una cena compresa nella fascia 10-20 euro.

I residenti del nord ovest si dimostrano i più propensi a spendere: il 13,2% paga più di 30 euro per una cena tipo, percentuale che nel sud e nelle isole è inferiore al 5%.

## la cena | frequenza consumi extradomestici

Rispetto allo scorso anno (2015), le volte, ovvero le occasioni, nelle quali ha consumato la cena fuori casa sono...?

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

# agenda

presentazione del lavoro

osservatorio sui consumi fuori casa

## **le occasioni di consumo**

✓ **l'aperitivo ed il dopocena**

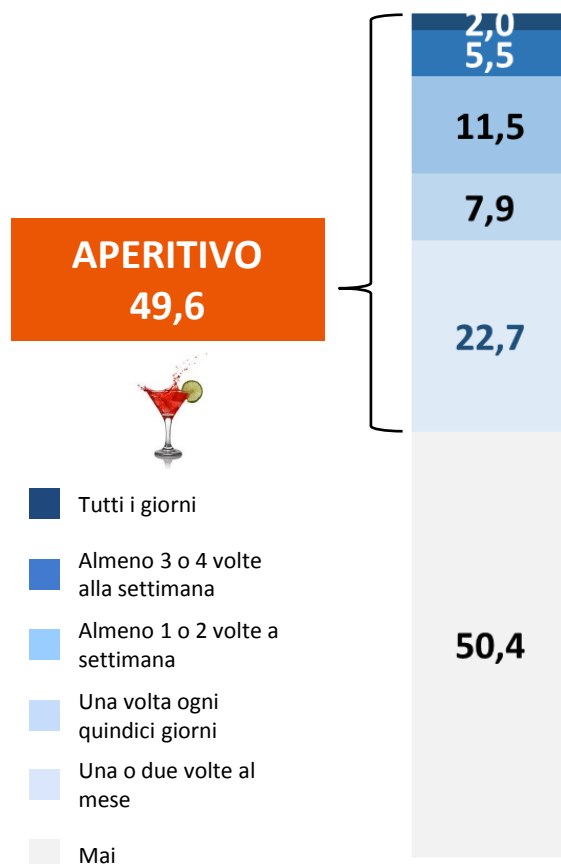
gli italiani e la musica

metodo

back up

## l'aperitivo | quante volte si consuma l'aperitivo fuori casa

Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" normalmente quante volte ha occasione di consumare l'aperitivo fuori casa?



**HEAVY**

**18,0 (almeno 3-4 volte a settimana)**

**AVERAGE**

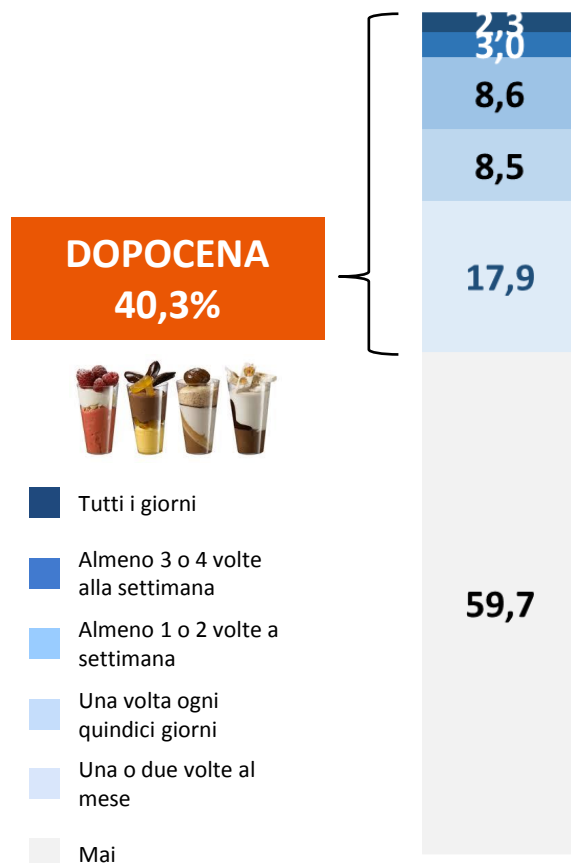
**19,5 (almeno 1-2 volte a settimana)**

**LOW**

**26,6 (1 o 2 volte al mese)**

## Il dopocena | quante volte si frequentano i locali per il dopocena fuori casa

Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" normalmente quante volte ha occasione di frequentare locali pubblici per il dopocena?



**HEAVY**

**21,0 (almeno 1-2 volte a settimana)**

**AVERAGE**

**21,7 (almeno 1-2 volte al mese)**

**LOW**

**23,0 (almeno 1-2 volte al mese)**

## il dopocena | i luoghi di consumo extradomestico del dopocena

Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" quali sono i luoghi «principali» dove consuma prevalentemente il suo dopocena?

TOTALE	HEAVY	AVERAGE	LOW
Bar <b>68,6</b>	Bar <b>58,8</b>	Bar <b>74,8</b>	Bar <b>74,4</b>
Pub <b>42,5</b>	Pub <b>46,1</b>	Pub <b>39,9</b>	Pub <b>40,3</b>
Gelateria <b>32,5</b>	Gelateria <b>26,3</b>	Gelateria <b>35,0</b>	Gelateria <b>37,6</b>
Circolo privato <b>19,2</b>	Circolo privato <b>23,8</b>	Circolo privato <b>15,3</b>	Circolo privato <b>15,7</b>
Enoteca <b>18,6</b>	Enoteca <b>24,5</b>	Enoteca <b>16,1</b>	Enoteca <b>15,5</b>
Discoteca <b>18,6</b>	Discoteca <b>20,5</b>	Discoteca <b>19,0</b>	Discoteca <b>16,4</b>





## l'aperitivo e il dopocena | quanto si spende per mangiare fuori casa per una «pausa»

Nel corso del 2016, pensando a ciascuna delle sue occasioni (aperitivo, dopocena) "tipo" qual è la spesa personale che mediamente riserva per ciascuna singola occasione di consumo fuori casa?



Il prezzo medio per un aperitivo consumato fuori casa, per l'87% degli italiani, è inferiore a 10 euro. Mediamente più caro è il dopocena, dove la soglia dei 10 euro di spesa è superata dal 32% circa dei consumatori.

## l'aperitivo | frequenza consumi extradomestici

Rispetto allo scorso anno (2015), le volte ovvero le occasioni, nelle quali ha consumato l'aperitivo fuori casa sono...?

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
<b>Aumentate fortemente</b>	<b>1,9</b>	<b>2,9</b>	<b>1,9</b>	<b>0,9</b>
<b>Aumentate lievemente</b>	<b>17,9</b>	<b>21,0</b>	<b>16,6</b>	<b>15,7</b>
<b>Rimasta invariata</b>	<b>58,4</b>	<b>58,4</b>	<b>61,6</b>	<b>56,3</b>
<b>Diminuita lievemente</b>	<b>15,9</b>	<b>14,0</b>	<b>14,2</b>	<b>18,8</b>
<b>Diminuita fortemente</b>	<b>6,0</b>	<b>3,8</b>	<b>5,7</b>	<b>8,3</b>

## il dopocena | frequenza consumi extradomestici

Rispetto allo scorso anno (2015), le volte ovvero le occasioni, nelle quali ha frequentato locali pubblici per il dopocena sono...?

	Totale	HEAVY	AVERAGE	LOW
<b>Aumentate fortemente</b>	<b>5,0</b>	<b>10,6</b>	<b>2,4</b>	<b>1,4</b>
<b>Aumentate lievemente</b>	<b>17,3</b>	<b>24,8</b>	<b>17,5</b>	<b>9,4</b>
<b>Rimasta invariata</b>	<b>72,0</b>	<b>56,9</b>	<b>74,1</b>	<b>85,9</b>
<b>Diminuita lievemente</b>	<b>5,5</b>	<b>7,0</b>	<b>5,9</b>	<b>2,8</b>
<b>Diminuita fortemente</b>	<b>0,2</b>	<b>0,8</b>	<b>0,1</b>	<b>0,5</b>

# agenda

presentazione del lavoro

osservatorio sui consumi fuori casa

le occasioni di consumo

**gli italiani e la musica**

metodo

back up

## gli italiani e la musica | i luoghi di ascolto

Dove ascolta prevalentemente la musica?

Casa	<b>50,4</b>
Spostamenti casa/lavoro/studio	<b>32,7</b>
Nei locali fuori casa	<b>9,5</b>
Sul posto di lavoro/studio	<b>5,5</b>
Altro	<b>2,0</b>



La musica viene ascoltata in prevalenza in casa dal campione degli intervistati (50,4%), ma è alta anche la percentuale di chi utilizza la musica come «sottofondo» negli spostamenti da casa a lavoro o a scuola (32,7%), il 10% circa dei rispondenti ascolta la musica nei locali (consumo fuori casa).

## gli italiani e la musica | i generi musicali ascoltati per occasioni di ascolto

Qual è il genere musicale che ascolta in prevalenza a seconda delle occasioni di ascolto?



Classica



Jazz, blues



Rock e metal



Pop e dance



Rap, hip hop

	Classica	Jazz, blues	Rock e metal	Pop e dance	Rap, hip hop
Ambito privato	38,2	28,6	26,1	24,4	27,9
Casa/lavoro	33,7	35,6	36,0	36,2	35,3
Concerti	20,4	14,6	14,5	10,7	11,3
Locali pubblici	7,7	17,3	16,9	17,6	16,3
Discoteca	0,0	3,8	6,4	11,1	9,2

ascolta in prevalenza.....

**16,7**

**20,5**

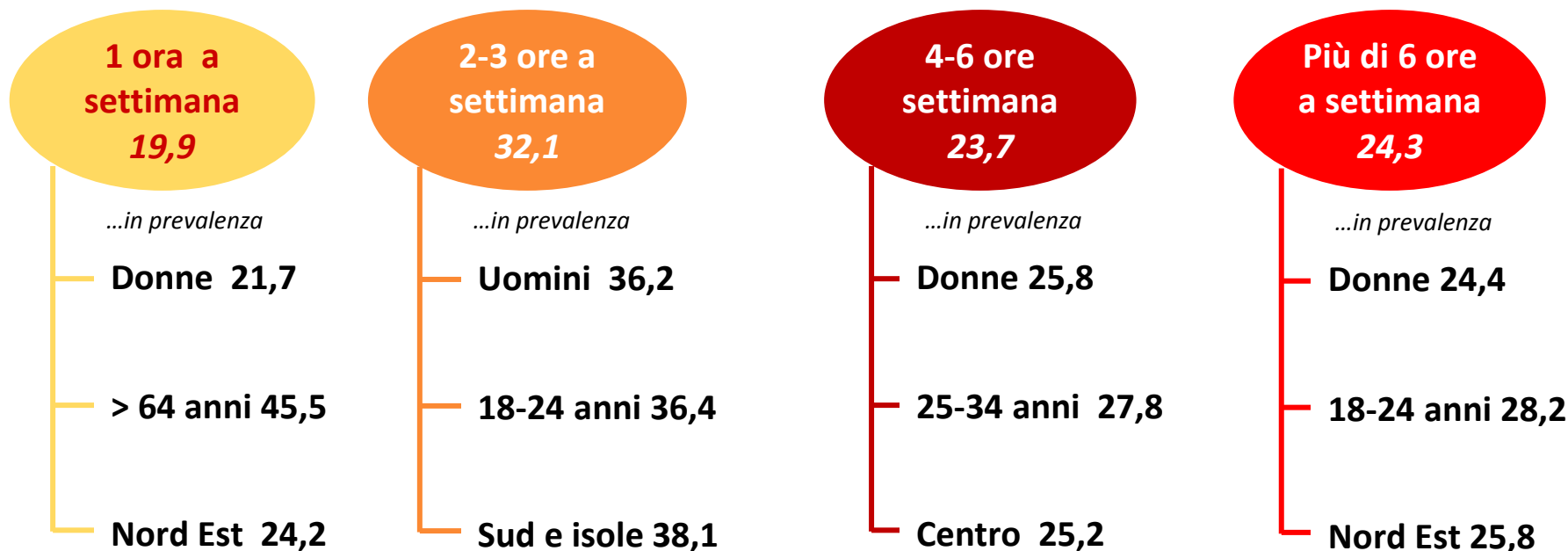
**28,8**

**45,5**

**24,2**

## gli italiani e la musica | i tempi di ascolto

Quanto tempo dedica in media all'ascolto di musica?



Sono le donne ad ascoltare maggiormente la musica nel corso della settimana, di età compresa tra i 18 ed i 24 anni e residenti al Nord Est.

## gli italiani e la musica | i canali di ascolto

Quali sono i canali/mezzi che utilizza per ascoltare la musica al di fuori di eventi o occasioni di ascolto in ristoranti, pub...?



Quale canale utilizza in prevalenza?



Siti internet **35,9%**

Radio **30,5%**

CD/DVD **18,1%**

Televisione **8,3%**

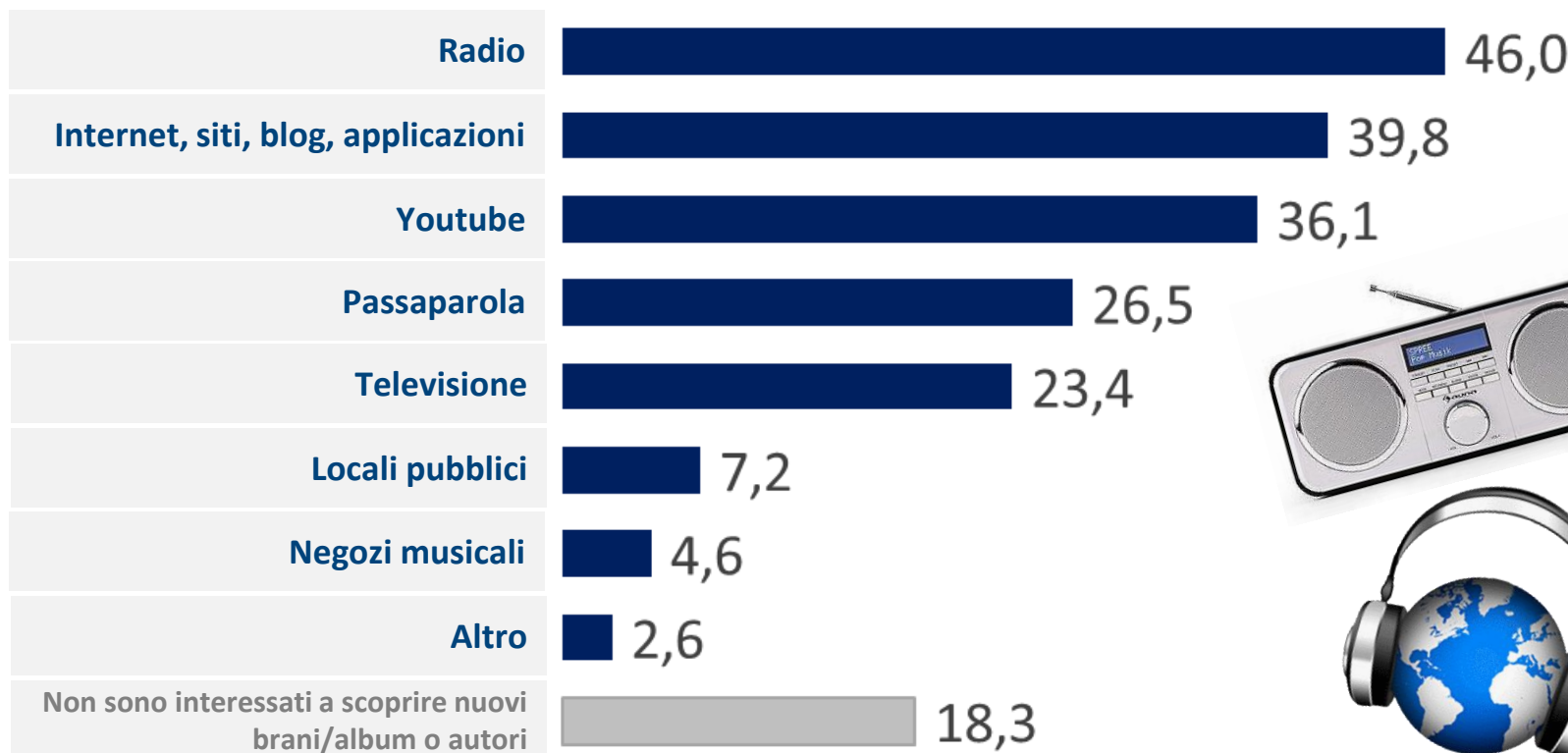
Altri canali **4,4%**

Vinile **2,8%**



## gli italiani e la musica | dove si scoprono i brani appena usciti sul mercato....

Come scopre nuovi brani, nuovi autori, nuovi album o quelli appena usciti sul mercato?



Il 46% dei rispondenti che sono interessati a scoprire nuovi autori o brani utilizzano in prevalenza la radio, il 39,8% i siti internet, blog o applicazioni ed il 36,1% la piattaforma Youtube. Il 19% circa degli intervistati non è interessata a scoprire nuovi brani o autori.

Base campione: 1.173 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple.

## gli italiani e la musica | i pubblici esercizi come contesto di socializzazione

Quanto le piace/apprezza che nei locali pubblici (bar, ristoranti, pub) vengano organizzate delle serate con intrattenimento musicale, concerti dal vivo? **(Analisi effettuata sul 50,9% dei rispondenti che frequentano abitualmente i locali pubblici)**

**Molto**

**40,4**

**Abbastanza**

**49,9**

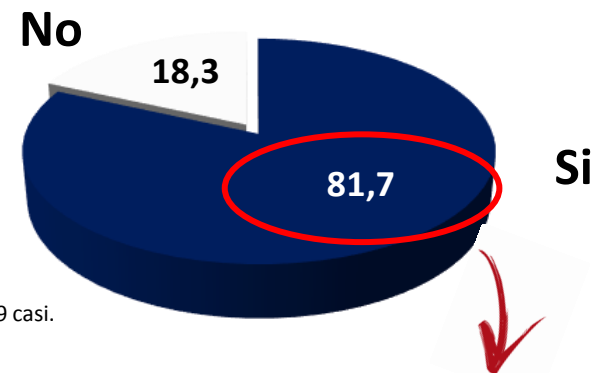
**Poco**

**8,9**

**Per nulla**

**0,8**

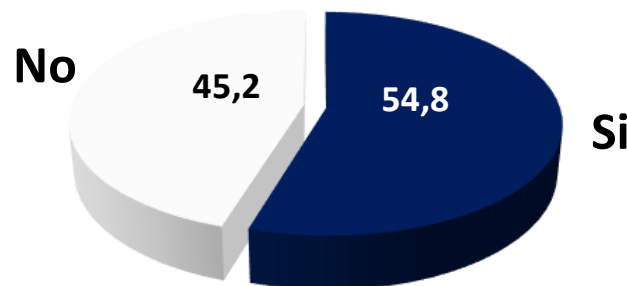
Le capita di recarsi in un locale pubblico perché c'è un particolare intrattenimento musicale, concerto, evento? **(Analisi effettuata sul 90,3% dei rispondenti che hanno indicato «molto» o «abbastanza»)**



Base campione: 539 casi.

*Se le capita di recarsi in un locale pubblico perché c'è un particolare intrattenimento musicale, concerto, evento...*

Nel caso in cui nel locale pubblico, non ci fosse stato quel particolare intrattenimento musicale, evento... lei sarebbe andato ugualmente a trascorrerci la serata? **(Analisi effettuata sull'81,7% dei rispondenti)**



Base campione: 440 casi.

## gli italiani e la musica | i pubblici esercizi come contesto di socializzazione

La possibilità di ascoltare musica **registrata nei locali pubblici**, quanto le piace?

Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla
<b>23,6</b>	<b>55,8</b>	<b>18,8</b>	<b>1,8</b>

La possibilità di ascoltare musica **“dal vivo/live”** nei locali pubblici, quanto le piace?

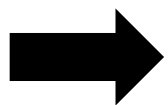
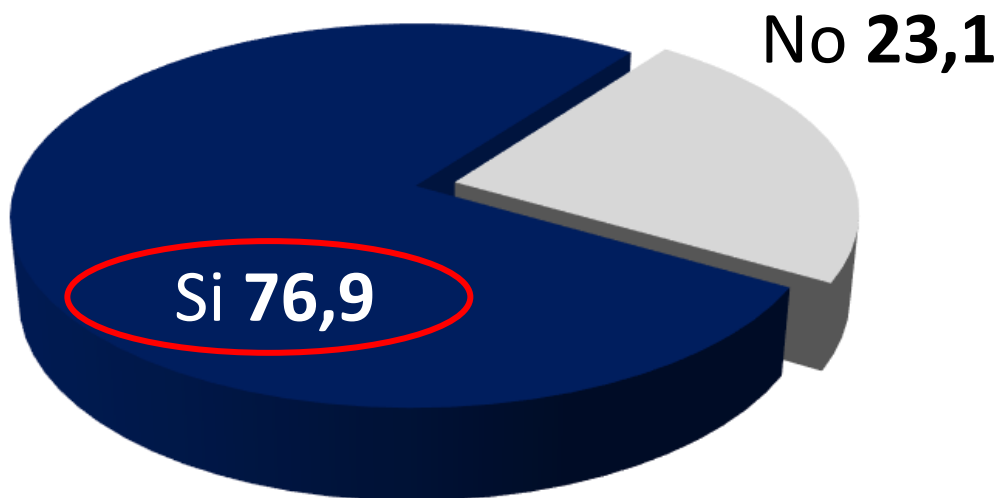
Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla
<b>43,0</b>	<b>44,6</b>	<b>11,4</b>	<b>1,0</b>

La possibilità di **ascoltare musica, assistere a un concerto dal vivo**, quanto migliora l'opinione che ha di quel locale?

Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla
<b>43,5</b>	<b>44,2</b>	<b>10,6</b>	<b>1,7</b>

## gli italiani e la musica | i pubblici esercizi come contesto di socializzazione

Le capita di recarsi in un locale pubblico con frequenza maggiore se sa che in quel particolare locale c'è la possibilità di ascoltare musica, assistere ai concerti?



Il 77% circa dei rispondenti si reca con maggiore frequenza in un locale se è a conoscenza del fatto che in quel particolare locale c'è la possibilità di ascoltare musica o assistere ad un concerto.....

## gli italiani e la musica | la frequentazione della discoteca

Con quale frequenza le capita di recarsi in discoteca?

Una o più volte nel corso di una settimana

**1,8**

Una o più volte al mese

**6,2**

Una o più volte al mese

**21,8**

**Mai**

**70,2**



Il 70,2% dei rispondenti non frequenta mai la discoteca, il 22% una o più volte al mese, il 6,2% una o più volte al mese e solo l'1,8% la frequenta abitualmente almeno una sera a settimana.

## gli italiani e la musica | l'andamento della frequenza

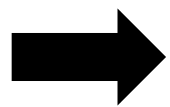
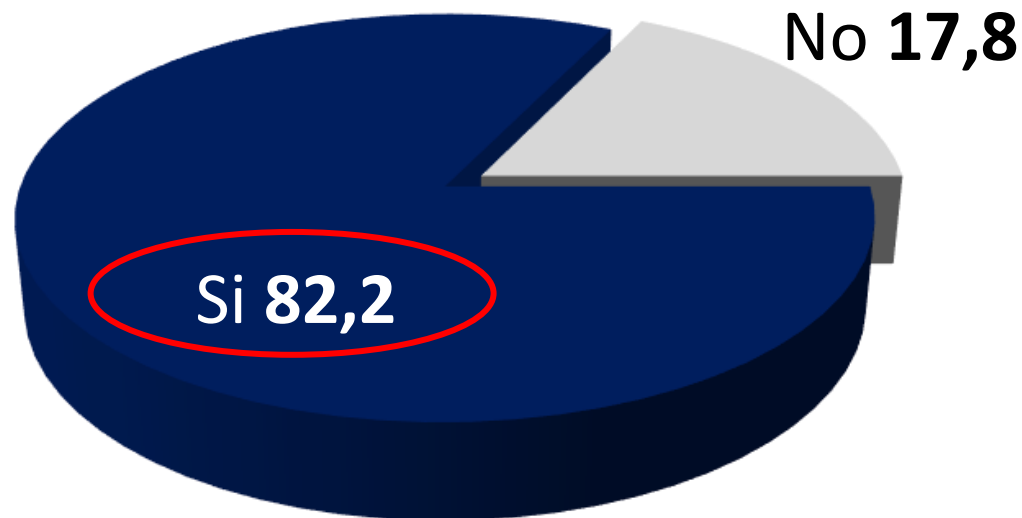
Rispetto allo scorso anno (2015), le volte ovvero le occasioni, nelle quali ha frequentato la discoteca nel corso dell'ultimo anno è ? (Analisi effettuata sul 29,8% di coloro che frequentano la discoteca)

	Totale
Aumentate fortemente	4,0
Aumentate lievemente	12,0
Rimasta invariata	40,0
Diminuita lievemente	23,7
Diminuita fortemente	20,3



## gli italiani e la musica | i pubblici esercizi come canali di diffusione delle nuove tendenze

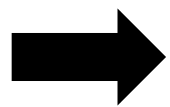
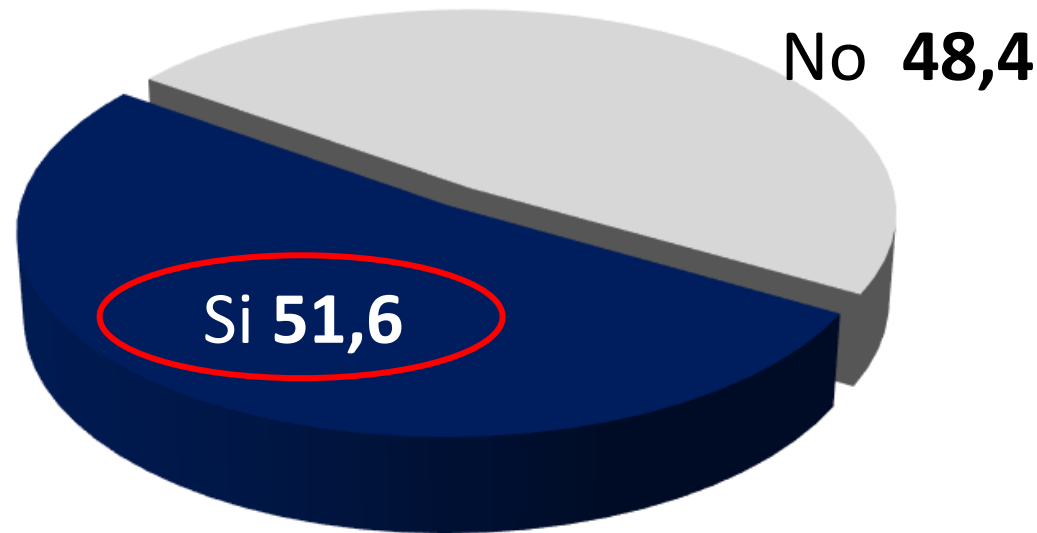
Secondo lei oggi i locali pubblici, dove si ascolta musica, si assiste ai concerti, dove si può andare a ballare, rappresentano un canale per la diffusione di nuovi artisti, di album, di singoli, della musica di tendenza?



Per circa l'82% dei rispondenti, i locali pubblici dove si ascolta musica e si assiste ai concerti rappresentano un valido canale per la diffusione di nuovi artisti e di musica di tendenza.

## gli italiani e la musica | il differenziale di prezzo per l'intrattenimento musicale

Sarebbe disposto a pagare un differenziale di prezzo per avere un sottofondo musicale o per assistere a dei concerti o delle serate musicali nei locali pubblici magari pagando l'ingresso o pagando di più i pasti che consuma?

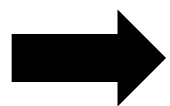


Più del 51% degli intervistati sarebbe disposto a pagare un differenziale di prezzo per avere un sottofondo musicale, mentre quasi il 49% dei rispondenti crede che la musica dovrebbe essere offerta gratuitamente dal locale.



## gli italiani e la musica | la musica che accompagna le serate nei pubblici esercizi

Cosa pensa della musica che accompagna le serate nei locali pubblici?



Più del 55% dei rispondenti concordano che la musica che accompagna le serate nei locali pubblici crei una certa atmosfera e aiuti a rilassarsi. A seguire, il 49% circa dei rispondenti pensano che offra la possibilità di ascoltare musica dal vivo, originale, suonata da musicisti dal vivo...

# agenda

presentazione del lavoro

osservatorio sui consumi fuori casa

le occasioni di consumo

gli italiani e la musica

**metodo**

back up

# metodo | struttura del campione

## Universo della popolazione residente per area, sesso e classe di età

	Nord ovest		Nord est		Centro		Sud e isole		Totale
	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	
<b>18-24</b>	521.501	488.323	380.999	358.270	399.240	371.939	861.495	809.794	4.191.561
<b>25-34</b>	855.774	836.992	609.072	606.599	661.215	654.729	1.303.662	1.270.482	6.798.525
<b>35-44</b>	1.190.941	1.170.777	865.101	855.940	888.512	912.318	1.479.175	1.498.239	8.861.003
<b>45-54</b>	1.313.820	1.314.839	957.201	955.349	954.255	1.000.671	1.553.835	1.639.403	9.689.373
<b>55-64</b>	1.001.216	1.057.118	725.037	762.664	738.981	806.552	1.279.908	1.375.826	7.747.302
<b>&gt;64</b>	1.603.596	2.153.355	1.141.847	1.513.542	1.184.595	1.575.120	1.833.460	2.364.239	13.369.754
<b>Totale</b>	<b>6.486.848</b>	<b>7.021.404</b>	<b>4.679.257</b>	<b>5.052.364</b>	<b>4.826.798</b>	<b>5.321.329</b>	<b>8.311.535</b>	<b>8.957.983</b>	<b>50.657.518</b>

## Campione realizzato della popolazione residente per area, sesso, classe di età

	Nord ovest		Nord est		Centro		Sud e isole		Totale
	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	
<b>18-24</b>	24	24	27	25	21	25	25	24	195
<b>25-34</b>	27	28	26	26	27	24	26	25	209
<b>35-44</b>	26	29	28	26	25	25	26	25	210
<b>45-54</b>	29	26	26	25	27	25	24	23	205
<b>55-64</b>	22	28	23	22	21	28	23	22	189
<b>&gt;64</b>	21	23	17	27	21	21	21	14	165
<b>Totale</b>	<b>149</b>	<b>158</b>	<b>147</b>	<b>151</b>	<b>142</b>	<b>148</b>	<b>145</b>	<b>133</b>	<b>1.173</b>

# agenda

presentazione del lavoro

osservatorio sui consumi fuori casa

le occasioni di consumo

gli italiani e la musica

metodo

**back up**

## OSSERVATORIO FIPE 2016

### Questionario di rilevazione

Data: Roma, 19/10/2016

Codice ricerca: 2015-248fu0

Documento: Questionario (Q12)

Metodologia di ricerca: Cati/Cawi

#### Incipit

0A. Buongiorno (Buonasera). Sono (nome ricercatore), di Format Research e stiamo svolgendo **un'indagine sul tema dei consumi alimentari fuori casa e su altre tematiche di socializzazione rappresentati dai locali pubblici ("il rapporto degli italiani con la musica")**. Potrebbe gentilmente rispondere ad alcune brevi domande? La ringrazio.

In conformità con quanto previsto dalla Legge sulla Privacy (articolo 13 del d.lgs. 196 del 2003) La informo che tutte le Sue risposte saranno trattate soltanto per finalità statistiche, le risposte saranno raccolte in forma anonima; non sarà conservato né il Suo nome né nessun altro dato di carattere personale su alcun supporto cartaceo od informatico, le risposte che Ella fornirà saranno presentate soltanto in forma aggregata; se vuole può non rispondere alle mie domande; potrà interrompere l'intervista in qualsiasi momento; l'eventuale rifiuto totale o parziale non avrà alcuna conseguenza e il rilascio dell'intervista non verrà in alcun modo ricompensato; il suo nominativo è stato estratto casualmente dall'elenco degli abbonati al Servizio Telefonico Nazionale. Format Research ha sede in Roma, in Via Ugo Balzani, 77, il numero di telefono è 06.86.32.86.81. In caso di necessità può rivolgersi al Dott. Maurizio Pisacane.

#### Domanda filtro (profilazione del target)

0. Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" normalmente quante volte ha avuto occasione di consumare cibi o bevande comprese (le pause, gli aperitivi e i cibi consumati dopo cena) fuori casa<sup>1</sup>? (Una risposta anche in media)

- Tutti i giorni o almeno 4 o 5 volte alla settimana (Segmento "heavy" consumption)

<sup>1</sup> Per consumo "fuori casa" si intende il cibo consumato in luoghi pubblici (bar, ristoranti, mense, distributori automatici, ecc.) o anche il panino acquistato presso un negozio di alimentari o il pranzo consumato sul posto di lavoro, non si intende il consumo di cibo presso abitazioni di amici/parenti.

- Almeno 2 -3 volte a settimana (Segmento "average" consumption)
- Almeno 2 o 3 volte al mese (Segmento "low" consumption)
- Mai o soltanto una volta nel corso del mese (Segmento "rare" consumption) (CHIUDERE)<sup>1</sup>

**Nota per l'intervistatore: specificare all'intervistato che quando si fa riferimento al concetto di pasto si intendono le seguenti occasioni di consumo: colazione, pranzo, cena, pause, aperitivo, dopocena.**

#### Le occasioni di consumo: la colazione

1. Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" normalmente quante volte ha occasione di consumare la "colazione" fuori casa? (Una risposta)

- Tutti i giorni (consumo alto)
- Almeno 3 o 4 volte alla settimana (consumo alto)
- Almeno 1 o 2 volte a settimana (consumo medio)
- 1 volta ogni quindici giorni (consumo basso)
- 1 o 2 volte al mese (consumo basso)
- Mai ("non consumo")

2. Rispetto allo scorso anno (2015), le volte, ovvero le occasioni, nelle quali ha consumato la colazione fuori casa sono...? (Una risposta)

- Aumentate fortemente
- Aumentate lievemente
- Rimaste invariate
- Diminuite lievemente
- Diminuite fortemente

3. Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" quali sono i luoghi dove consuma prevalentemente la sua colazione fuori casa? (Indicare i primi tre per importanza)

Colazione

<sup>1</sup> L'item di risposta "Mai o soltanto una volta nel corso del mese" sarà somministrato esclusivamente per calcolare il tasso di penetrazione dei consumi alimentari fuori casa.

# back up | questionario

- A. In un bar/caffè
- B. In un bar pasticceria
- C. In un negozio al dettaglio alimentare/drugstore
- D. Presso un distributore automatico
- E. Ristorante fast food
- F. Altro

4. Nel corso del 2016, pensando ad una "sua" colazione "tipo" qual è la spesa personale che mediamente riserva per una **singola** colazione fuori casa? (Una risposta)

	Meno di € 1	€1-€2	€2-€3	€3-€5	Oltre i €5
Colazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Le occasioni di consumo: il pranzo

5. Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" normalmente quante volte ha occasione di consumare il "pranzo" fuori casa "dal lunedì al venerdì" (nei giorni feriali)? (Una risposta)

- Tutti i giorni (consumo alto)
- Almeno 3 o 4 volte alla settimana (consumo alto)
- Almeno 1 o 2 volte a settimana (consumo medio)
- 1 volta ogni quindici giorni (consumo basso)
- 1 o 2 volte al mese (consumo basso)
- Mai ("non consumo")

6. Rispetto allo scorso anno (2015), le volte ovvero le occasioni, nelle quali ha consumato il "pranzo" fuori casa "dal lunedì al venerdì" (nei giorni feriali) sono...? (Una risposta)

- Aumentate fortemente
- Aumentate lievemente
- Rimaste invariate
- Diminuite lievemente
- Diminuite fortemente

7. Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" normalmente quante volte ha occasione di consumare il "pranzo" fuori casa dal sabato alla domenica" (inteso anche come solo sabato o solo la domenica)? (Una risposta)

- Tutti i fine settimana del mese (consumo alto)
- Almeno 3 fine settimana al mese (consumo alto)
- Almeno 1 o 2 fine settimana al mese (consumo medio)
- Solo un sabato o una domenica al mese (consumo basso)
- Mai (non consumo)

8. Rispetto allo scorso anno (2015), le volte ovvero le occasioni, nelle quali ha consumato il "pranzo" fuori casa dal sabato alla domenica" (inteso anche come solo sabato o solo la domenica) sono...? (Una risposta)

- Aumentate fortemente
- Aumentate lievemente
- Rimaste invariate
- Diminuite lievemente
- Diminuite fortemente

9. Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" quali sono i luoghi dove consuma prevalentemente il suo pranzo fuori casa durante la settimana e nei fine settimana? (Indicare i primi tre per importanza)

	Pranzo (infrasettimanale)	Pranzo (fine settimana)
A. In un bar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# back up | questionario

- |  |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|
| A. Gelateria/pasticceria   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B. In una trattoria/osteria/ristorante italiano                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C. In un ristorante etnico   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D. Pizzeria con servizio al tavolo   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| E. In una pizzeria a taglio, tavola calda/rosticceria/self service/fast food | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| F. In un supermercato/negozio al dettaglio                                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G. In una mensa scolastica/aziendale/universitaria                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| H. Presso un distributore automatico   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| I. Nel luogo di lavoro portando il cibo da casa                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| J. Nel luogo di lavoro comprando il cibo negli esercizi vicini               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

10. Nel corso del 2016, pensando ad un "suo" pranzo "tipo" qual è la spesa personale che mediamente riserva per un **singolo** pranzo fuori casa nel corso della settimana (dal lunedì al venerdì) e quale nel fine settimana? (Una risposta)

Meno di € 5    €5-€10    €10-€20    €20-€30    Oltre i €30

Pranzo (dal lunedì al venerdì)                   

Pranzo (dal sabato alla domenica)                   

## Le occasioni di consumo: la cena

11. Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" normalmente quante volte ha occasione di consumare la "cena" fuori casa? (Una risposta)

- Tutti i giorni (consumo alto)

- Almeno 3 o 4 volte alla settimana (consumo alto)
- Almeno 1 o 2 volte a settimana (consumo medio)
- 1 volta ogni quindici giorni (consumo basso)
- 1 o 2 volte al mese (consumo basso)
- Mai (non consumo)

12. Rispetto allo scorso anno (2015), le volte, ovvero le occasioni, nelle quali ha consumato la cena fuori casa sono...?

- Aumentate fortemente
- Aumentate lievemente
- Rimaste invariate
- Diminuite lievemente
- Diminuite fortemente

13. Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" quali sono i luoghi dove consuma prevalentemente la sua cena fuori casa? (Indicare i primi tre per importanza)

Cena

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| A. In un bar  | <input type="checkbox"/> |
| B. In una pizzeria con servizio al tavolo                                     | <input type="checkbox"/> |
| C. In una trattoria/osteria/ristorante italiano                               | <input type="checkbox"/> |
| D. In un ristorante etnico  | <input type="checkbox"/> |
| E. In una pizzeria a taglio, tavola calda/rosticceria/self service/ fast food | <input type="checkbox"/> |
| F. In una gelateria/pasticceria   | <input type="checkbox"/> |
| G. In un pub/ disco pub o discoteca   | <input type="checkbox"/> |
| H. Altro  | <input type="checkbox"/> |

14. Nel corso del 2016, pensando ad una sua cena "tipo" qual è la spesa personale che mediamente riserva per una **singola** cena fuori casa? (Una risposta)

Meno di € 10   €10-€20   €20-€30   30-€50   Oltre i €50

Cena

|\_|   |\_|   |\_|   |\_|   |\_|

## Le occasioni di consumo: aperitivo

15. Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" normalmente quante volte ha occasione di consumare l'aperitivo fuori casa di mattina (ad es. intorno a mezzogiorno)? (Una risposta per ciascuna occasione)

- Tutti i giorni (consumo alto)
- Almeno 3 o 4 volte alla settimana (consumo alto)
- Almeno 1 o 2 volte a settimana (consumo medio)
- 1 volta ogni quindici giorni (consumo basso)
- 1 o 2 volte al mese (consumo basso)
- Mai (non consumo)

15b. Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" normalmente quante volte ha occasione di consumare l'aperitivo fuori casa di pomeriggio/sera? (Una risposta per ciascuna occasione)

- Tutti i giorni (consumo alto)
- Almeno 3 o 4 volte alla settimana (consumo alto)
- Almeno 1 o 2 volte a settimana (consumo medio)
- 1 volta ogni quindici giorni (consumo basso)
- 1 o 2 volte al mese (consumo basso)
- Mai (non consumo)

16. Rispetto allo scorso anno (2015), le volte ovvero le occasioni, nelle quali ha consumato l'aperitivo fuori casa sono...?

- Aumentate fortemente
- Aumentate lievemente
- Rimaste invariate
- Diminuite lievemente
- Diminuite fortemente

17. Nel corso del 2016, pensando ad un aperitivo "tipo" qual è la spesa personale che mediamente riserva per ciascuna singola occasione di consumo fuori casa? (Una risposta)

Meno di € 5   €5-€10   €10-€15   Oltre i € 15

Aperitivo

|\_|   |\_|   |\_|   |\_|

## Le occasioni di consumo: dopocena

18. Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" normalmente quante volte ha occasione di frequentare locali pubblici per il dopocena? (Una risposta per ciascuna occasione)

- Tutti i giorni (consumo alto)
- Almeno 3 o 4 volte alla settimana (consumo alto)
- Almeno 1 o 2 volte a settimana (consumo medio)
- 1 volta ogni quindici giorni (consumo basso)
- 1 o 2 volte al mese (consumo basso)
- Mai (non consumo)

19. Rispetto allo scorso anno (2015), le volte ovvero le occasioni, nelle quali ha frequentato locali pubblici per il dopocena sono...?

- Aumentate fortemente
- Aumentate lievemente
- Rimaste invariate
- Diminuite lievemente
- Diminuite fortemente

20. Nel corso del 2016, pensando ad un mese "tipo" quali sono i locali pubblici che frequenta in occasione del dopocena?(Indicare i primi tre per importanza)

Dopocena

A. Bar   |\_|

B. Pub   |\_|



# back up | questionario

- A. Gelateria
- B. Discoteca
- C. Enoteca
- D. Circolo privato

21. Nel corso del 2016, pensando ad un dopocena "tipo" qual è la spesa personale che mediamente riserva per ciascuna singola occasione di consumo fuori casa? (Una risposta)

Meno di € 5    €5-€10    €10-€15    Oltre i € 15

Dopocena

## "Gli italiani e la musica: i nuovi scenari legati all'avvento del digitale"

22. Dove ascolta prevalentemente la musica<sup>1</sup>? (Una risposta)

- Casa
- Spostamenti casa/lavoro/studio
- Sul posto di lavoro/studio
- Nei locali fuori casa
- Altro

23. Qual è il genere musicale che ascolta in prevalenza a seconda delle occasioni di ascolto? (Una risposta per ciascun genere musicale, in caso non ascoltino quel particolare genere inserire come codifica 99)

Occasione per genere musicale	Ambito privato Casa/macchina/lavoro (radio, smartphone, pc, tablet, etc)	Concerti (teatro, piazza, arena, stadio, chiesa, sala concerti, festival)	Locali pubblici (bar, pub, ristoranti, circoli culturali)	Discoteca/night club/locali da ballo, etc

<sup>1</sup> Quando si parla di musica si fa riferimento all'ascolto volontario della musica ovvero la scelta di impiegare il tempo ascoltando la musica.

Musica classica (lirica e sinfonica)	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No
Musica jazz, funk e blues, gospel, musical	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No
Musica rock <sup>1</sup> , metal	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No
Musica Pop, dance, etnica, latino americana	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No
Musica rap, hip hop, reggae, ska	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No

24. Quanto tempo dedica in media all'ascolto di musica?(Una risposta)

- Un'ora a settimana
- Due/tre ore a settimana
- Quattro/sei ore a settimana
- Oltre le sei ore a settimana

25. Quali sono i canali/mezzi che utilizza per ascoltare la musica al di fuori di eventi o occasioni di ascolto in ristoranti, pub...? Tra quelli elencati quale utilizza in prevalenza? (Una risposta per ciascun item)

Canali/mezzi	Una risposta per ciascun item	Quello che viene utilizzato in prevalenza
A. Siti internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. CD/DVD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Vinile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. Televisione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. Altri canali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26. Come scopre nuovi brani, nuovi autori, nuovi album o quelli appena usciti sul mercato? (Possibili più risposte)

- A. Attraverso la ricerca dei video su Youtube

<sup>1</sup> Classic rock, alternative, instrumental, hard, folk, progressive, punk, etc.

# back up | questionario

- A. Tramite la radio
- B. Tramite la televisione
- C. Mi reco nei negozi musicali e ascolto i sample (campioni di pre-ascolto)
- D. Internet, siti, blog, app (es. Shazam, SoundHound)
- E. Recandomi nei locali pubblici per scoprire le nuove tendenze, i nuovi artisti (discoteche, pub dove si esibiscono i musicisti dal vivo ad es.)
- F. Passaparola (amici, etc)
- G. Altro

27. Quanto le piace/apprezza che nei locali pubblici (bar, ristoranti, pub) vengano organizzate delle serate con intrattenimento musicale, concerti dal vivo? (Una risposta)

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

28. (Se ha risposto "molto" o "abbastanza" alla domanda precedente) Le capita di recarsi in un locale pubblico perché c'è un particolare intrattenimento musicale, concerto, evento? (Una risposta)

- Sì
- No

29. (Se sì) Nel caso in cui nel locale pubblico, non ci fosse stato quel particolare intrattenimento musicale, evento... lei sarebbe andato ugualmente a trascorrerci la serata? (Una risposta)

- Sì
- No

30. La possibilità di ascoltare musica (es. musica d'ambiente) registrata nei locali pubblici, quanto le piace? (Una risposta)

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

31. La possibilità di ascoltare musica "dal vivo/live" nei locali pubblici, quanto le piace? (Una risposta)

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

32. La possibilità di ascoltare musica, assistere a un concerto dal vivo, quanto migliora l'opinione che ha di quel locale? (Una risposta)

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

33. Le capita di recarsi in un locale pubblico con frequenza maggiore se sa che in quel particolare locale c'è la possibilità di ascoltare musica, assistere ai concerti? (Una risposta)

- Sì
- No

34. Con quale frequenza le capita di recarsi in discoteca? (Una risposta)

- Una o più volte nel corso di una settimana
- Una o più volte al mese
- Più raramente
- Mai

35. Rispetto allo scorso anno (2015), le volte ovvero le occasioni, nelle quali ha frequentato la discoteca nel corso dell'ultimo anno è ?(Una risposta)

- Aumentata fortemente
- Aumentata lievemente
- Rimasta invariate
- Diminuita lievemente
- Diminuita fortemente

## “La musica come strumento di socializzazione nei locali pubblici”

36. Secondo lei oggi i locali pubblici, dove si ascolta musica, si assiste ai concerti, dove si può andare a ballare, rappresentano **un canale per la diffusione di nuovi artisti, di album, di singoli, della musica di tendenza?** (Una risposta)

- Sì
- No

37. Sarebbe disposto a pagare un differenziale di prezzo per avere un sottofondo musicale o per assistere a dei concerti o delle serate musicali nei locali pubblici (pub, ristoranti, etc) magari pagando l'ingresso o pagando di più i pasti che consuma? (Una risposta)

- Sì, sono disposto a pagare un differenziale di prezzo per avere un sottofondo musicale
- No, la musica dovrebbe essere offerta gratuitamente dal locale senza che io debba pagare l'ingresso o pagare di più le consumazioni

38. Cosa pensa della musica che accompagna le serate nei locali pubblici? (possibili più risposte)

- A. ...che sia uno strumento utile per conoscere le nuove tendenze musicali o scoprire musica originale
- B. ...che offra la possibilità di ascoltare la musica “dal vivo”, suonata da musicisti
- C. ....che crei una certa atmosfera e aiuti a rilassarsi
- D. ....che mi permette di scatenarmi, divertirmi, ballare, cantare
- E. ....che mi permette di socializzare all'interno del locale
- F. ...che sia adatta al locale e al tipo di serata
- G. ....che mi infastidisce, a volte non si riesce a parlare con le persone a causa della musica troppo alta
- H. ...dovrebbe rappresentare solo un sottofondo di accompagnamento
- I. ...altro (specificare)

## Dati di struttura

Sesso (Una risposta)

- maschio

Età (Una risposta)

- 18/24 anni
- 25/34 anni
- 35/44 anni
- 45/54 anni
- 55/64 anni
- oltre 64 anni

Stato civile (Una risposta)

- coniugato o famiglia di fatto (convivente)
- non coniugato residente con la famiglia di origine
- non coniugato che vive solo, single

Qual è il suo titolo di studio?

- Laurea o superiori
- Medie superiori
- Medie inferiori
- Elementari/Nessun titolo

Densità abitativa del centro abitato di residenza

- < 5.000 abitanti
- 5.000-40.000 abitanti
- 40.000-250.000 abitanti
- > 250.000 abitanti

Area geografica

- Italia nord ovest
- Italia nord est
- Italia centro
- Italia sud/isole

## **Fuoricas@Srl**

Società Unipersonale

Direzione e Coordinamento di FIPE

Servizi integrati per lo sviluppo  
della ristorazione, del turismo e  
del tempo libero

Sede Legale: Via del Caravaggio, 3 – 20144 Milano (MI)

Sede Operativa: P.zza G.G. Belli, 2 – 00153 Roma (RM)

P.I.: 05129761002

C.F.: 01762340717

Tel: 06/583921 – 06/58392146