# Rapporto Censis-Italgrob: la ripresa passa dal fuori casa

20230421093957italgrob-f094689b

Il **secondo Rapporto Censis-Italgrob**, presentato pochi giorni fa presso la Sala Capitolare del Senato della Repubblica, **scatta una fotografia sull'importanza centrale che il settore Horeca riveste per il Paese**, sia sotto il profilo economico sia dal punto di vista sociale, con 3.800 imprese, oltre 60mila addetti e 17 miliardi di euro di fatturato.
Complessivamente, il mercato Horeca italiano conta circa **330.000 pubblici esercizi e 1.400.000 occupati, circa il 6,1% della popolazione lavorativa italiana** e soddisfa la spesa delle famiglie per ristorazione che nel 2022 è stata pari a 84 miliardi di euro. La distribuzione Horeca è anche **fulcro cruciale del settore turistico** italiano il quale, a sua volta, incide per il 6,2% sul valore aggiunto italiano e il 5,6% sul PIL del Paese.

Dalla ricerca altresì emerge come **il 92,9% degli italiani dichiara che lo stare insieme per bere e mangiare è uno degli aspetti fondamentali dello stile di vita italiano**. Il 47,3% quando esce la sera si reca in locali pubblici e, in particolare, in quelli nei territori della movida: l'8,8% (il 23% tra i giovani) lo fa quasi sempre, il 10% almeno una volta ogni quattro giorni e il 28,5% sempre. Al 40,3% degli italiani piacerebbe uscire di più la sera, perché ritiene che avrebbe un effetto positivo sulla propria qualità della vita.

*"La pandemia non ha fermato la voglia degli italiani di socializzare e di vivere il 'fuori casa', questo è nel nostro Dna ed è una cosa positiva che ci permette di guardare al futuro con ottimismo"* commenta **Gian Marco Centinaio**, Vicepresidente del Senato della Repubblica. ***"L'inflazione** in base ai dati è in calo anche se **è un aspetto che dobbiamo tenere sotto controllo**, ma nonostante ciò gli italiani hanno voglia di trascorrere tempo in compagnia, di uscire e questo è un punto di forza del nostro Paese, è un qualcosa che altrove succede meno. Bisogna sottolineare che **in Italia la socializzazione non è uno sballo**, ma quando si esce si fa un consumo moderato e di qualità. Tra le priorità del settore c'è sicuramente la lotta agli sprechi, con un'attenzione particolare ai prodotti a*

*chilometro zero”.*

*“Dopo l’odissea del Covid-19, il mercato* ***Horeca*** *ha reagito in maniera importante secondo il più classico schema all’italiana: quando la ragione ti vieta di sperare, si recuperano le risorse migliori"* aggiunge **Antonio Portaccio**, Presidente Italgrob. *"Il nostro settore sta dimostrando una grandissima vitalità per due ordini di motivi: il primo, come ampiamente evidenziato dal Rapporto Censis-Italgrob, è* ***la voglia di uscire e condividere con parenti e amici un momento di socialità che costituisce un booster del benessere soggettivo per gli italiani;*** *il secondo è rappresentato dalla voglia di recuperare il fatturato perso durante il periodo pandemico. Grava in questo scenario l’incognita della spirale inflattiva che ha eroso profondamente il potere d’acquisto delle famiglie. Siamo fiduciosi ma al tempo stesso molto preoccupati”.*

*"Se oggi parliamo di un mercato di ristorazione in ripresa dobbiamo dire grazie anche al lavoro ‘invisibile’ che svolgono in Italia* ***3800 aziende di distribuzione food and beverage, autentici ambasciatori del miglior Made in Italy, la spina dorsale del mercato del ‘fuori casa’,*** *una categoria che, nonostante le criticità dovute alla pandemia prima e ai tanti problemi ingenerati dal conflitto russo-ucraino poi, non ha mai smesso di supportare e sostenere, anche economicamente oltre che con prodotti e servizi, la rete dei punti di consumo"* conclude **Dino Di Marino**, Direttore Generale Italgrob.