# Coldiretti, nel 2015 sale a 76 mld spesa per mangiare fuori

coldiretti-64eca5ad

La spesa deli italiani per mangiare fuori casa nel 2015 sale a 76 miliardi, pari ad oltre 1/3 del totale (35%) dei consumi alimentari di quasi 220 miliardi di euro. E’ quanto emerge da un analisi di Coldiretti dalla quale si evidenzia tuttavia l’emergere di nuove tendenze, dall’apericena al boom dello street food.

La spesa in ristoranti, trattorie, agriturismi, mense, pizzerie o bar negli ultimi dieci anni - sottolinea Coldiretti - è aumentata del 28% con gli italiani che sono tornati a mangiare fuori dopo gli anni della crisi segnati da una storica riduzione, anche se sono cambiate profondamente le modalità di consumo.

Nel 2015 il pranzo si conferma - precisa Coldiretti - come il pasto principale e in oltre sette casi su dieci viene consumato fra le mura domestiche, ma la percentuale scende tra gli uomini di 35-44 anni ad appena il 51% secondo l’Istat. Mangiare fuori casa - sottolinea sempre Coldiretti - è in alcuni casi una necessità dettata dai ritmi del lavoro, ma sempre più spesso è anche l’occasione di svago o di un esercizio di libertà che porta a sperimentare nuovi modelli di cucina. Se a pranzo - precisa Coldiretti - si mangia fuori soprattutto durante la settimana e nel week end in cui si esce per la cena.

In questo contesto va letto il successo dello street food costituito da quegli alimenti già pronti per il consumo, preparati o venduti soprattutto in strada. Una abitudine che - stima Coldiretti - ha contagiato 35 milioni di italiani perché concilia l’esigenza del risparmio con la scoperta del territorio e dei suoi prodotti tipici da poter gustare in strada passeggiando, dalla piadina agli arrosticini fino agli arancini, ma anche cibi internazionali come gli hot dog o quelli etnici come il kebab, in netto calo rispetto al passato.

Un fenomeno del tutto nuovo è invece quello dell’apericena, ovvero il mixage tra il rito dell’aperitivo e un pasto propriamente detto, di solito la cena, che è diventato in molte città un appuntamento centrale

tra i giovani. A fare da apripista sono stati alcuni contesti del nord, ma la nuova formula si è andata diffondendo un po' ovunque nel territorio nazionale anche grazie alla molteplicità di offerte messe a disposizione dei locali. Un modo - prosegue Coldiretti - anche per assaggiare e imparare a conoscere i diversi tipi di vino di cui è particolarmente ricca l'Italia, così come per gustare formaggi, salumi, olive o anche semplicemente pizzette speciali, il tutto a costi estremamente contenuti. Non mancano casi in cui - continua Coldiretti - vengono organizzate serate a tema con prodotti a chilometri zero del territorio o prove di degustazioni su vini territoriali.

Il rinnovamento - conclude Coldiretti - non riguarda solo i bar, ma anche i ristoranti dove tra le novità si segnala la scelta di molti chef che preparano i proprio piatti utilizzando gli ingredienti dell'orto che si impegnano a coltivare personalmente o con l'aiuto degli agricoltori, come nel caso dei mercati di Campagna Amica.