



FOCUS. LA CUCINA ETNICA IN ITALIA

La crescente presenza straniera ha indotto alcuni cambiamenti anche nei comportamenti di consumo degli italiani. Secondo i dati di Infocamere, nel 2010¹ gli imprenditori stranieri del settore della ristorazione rappresentavano quasi il 9% di tutti gli imprenditori del settore. La Fondazione Leone Moressa ha condotto un'indagine finalizzata a comprendere se e in che modo gli italiani si avvicinano [alla cucina etnica](#)². La metà degli italiani (50,2%) ha sperimentato almeno una volta la cucina di un ristorante etnico. In particolare il 19% degli italiani si reca abitualmente ristoranti stranieri (almeno una volta al mese), il 30,1% due o tre volte all'anno, mentre il 51% più raramente. I giovani tra i 18 e i 34 sono più disponibili a sperimentare diverse tradizioni culinarie: il 64,2% si è recato almeno una volta in un ristorante straniero. La percentuale si abbassa al 47,5% per la classe di età tra i 35-54 anni e scende ulteriormente al 45% per gli over 54. Nelle regioni del Centro Nord, dove i locali etnici sono più diffusi, circa il 53% degli italiani ha frequentato almeno una volta un ristorante etnico, contro il 44,1% delle regioni del Mezzogiorno. I ristoranti cinesi sono quelli più conosciuti: il 40,4% degli italiani vi si è recato almeno una volta. I frequentatori dei ristoranti giapponesi sono invece il 16,2%, dei ristoranti messicani il 15,1% e dei ristoranti indiani il 10,6%.

Rispetto ai ristoranti i negozi di alimentari etnici sono meno frequentati dagli italiani: solo il 21,4% degli intervistati dichiara di avervi fatto acquisti e per lo più solo sporadicamente. La clientela di questi ha per lo più un'età compresa tra i 35 e i 54 anni e risiede nel Centro Italia. Nei negozi alimentari gestiti da stranieri si acquistano per lo più prodotti etnici (38,7%), anche se circa un terzo dei clienti compra prodotti di uso comune (33,9%). Le motivazioni che favoriscono l'accesso ai locali degli stranieri sono diverse: il 51,8% degli avventori si rivolge li sceglie perché vi trova prodotti difficilmente reperibili in quelli tradizionali, mentre il 19,6% li frequenta perché sono vicini a casa. Una quota non marginale di italiani (12,5%) è entrata in

¹ Dati aggiornati al 1° semestre 2010.

² L'indagine, condotta dalla Fondazione Leone Moressa e Aes, è stata realizzata nel mese di luglio 2010 e ha coinvolto un campione di 1.000 italiani.

questi negozi per pura curiosità. La fiducia che gli italiani ripongono nei negozi alimentari gestiti da stranieri è scarsa: il 61,8% dichiara di trovarli poco o per niente affidabili a causa della scarsa qualità dei prodotti venduti (66,3%) e della trascuratezza dell'ambiente (22,1%). L'acquisto di prodotti alimentari etnici nei supermercati tradizionali è invece piuttosto frequente: un terzo degli intervistati dichiara di aver provato almeno una volta un prodotto alimentare etnico, e di questi il 40,7% ne fa uso abitualmente (almeno una volta al mese). L'influenza della cucina etnica sulle abitudini alimentari degli italiani è un segnale evidente dell'incontro tra culture diverse, che trovano nel cibo un importante punto di contatto.

Anno di riferimento: 2010

Territorio: Italia

Parole chiave: ristorazione, imprenditoria, commercio, integrazione alimentare, indagine

Link: http://www.fondazioneleonemoressa.org/newsite/wp-content/uploads/2010/10/comunicato_54.pdf