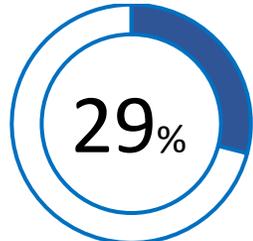


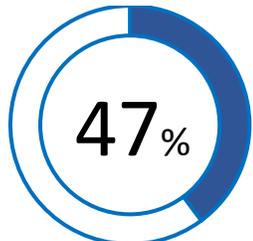


# Gli Italiani e la ristorazione collettiva

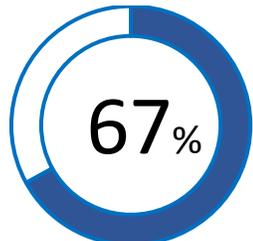
# Più di un italiano su sette utilizza almeno occasionalmente i servizi della ristorazione collettiva



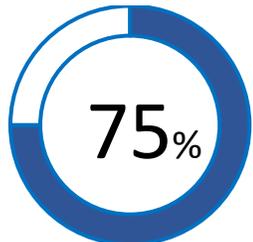
Percentuale di lavoratori dipendenti che utilizzano almeno occasionalmente servizi di ristorazione aziendale



Percentuale di giovani 18-34enni che hanno utilizzato almeno occasionalmente servizi di mensa scolastica



Percentuale di studenti universitari che hanno utilizzato almeno occasionalmente servizi di mensa universitaria



Totale degli italiani che almeno una volta hanno utilizzato un servizio di ristorazione collettiva

**9.000.000**

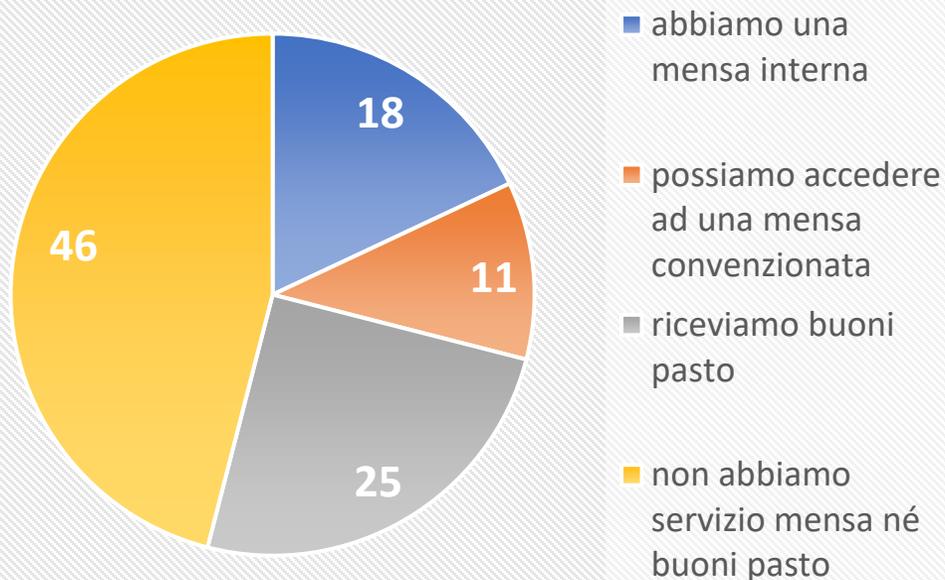
Stima del totale dei lavoratori e degli studenti che utilizzano almeno occasionalmente servizi della ristorazione collettiva

**40.000.000**

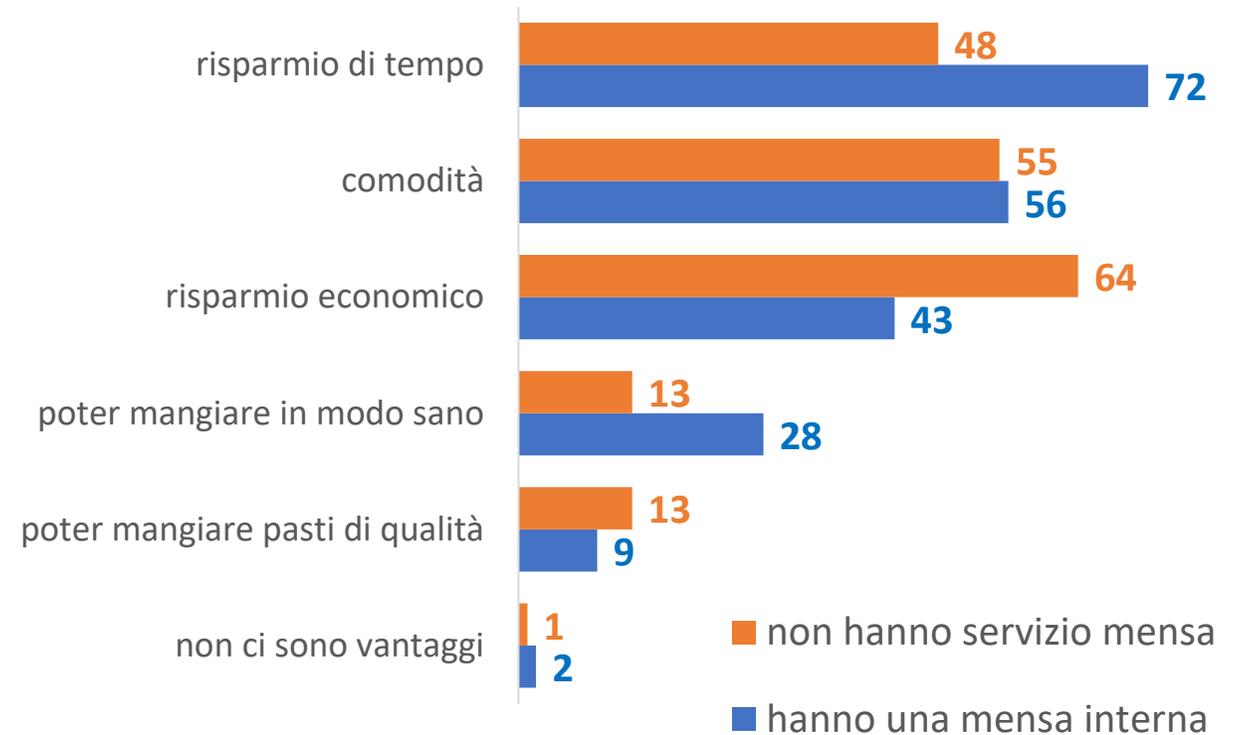
Il totale degli italiani che hanno utilizzato almeno una volta nella vita i servizi della ristorazione collettiva

# Solo un lavoratore dipendente su sei ha a disposizione un servizio di mensa interno all'azienda. I vantaggi non sono solo economici, ma anche relativi alla possibilità di mangiare sano

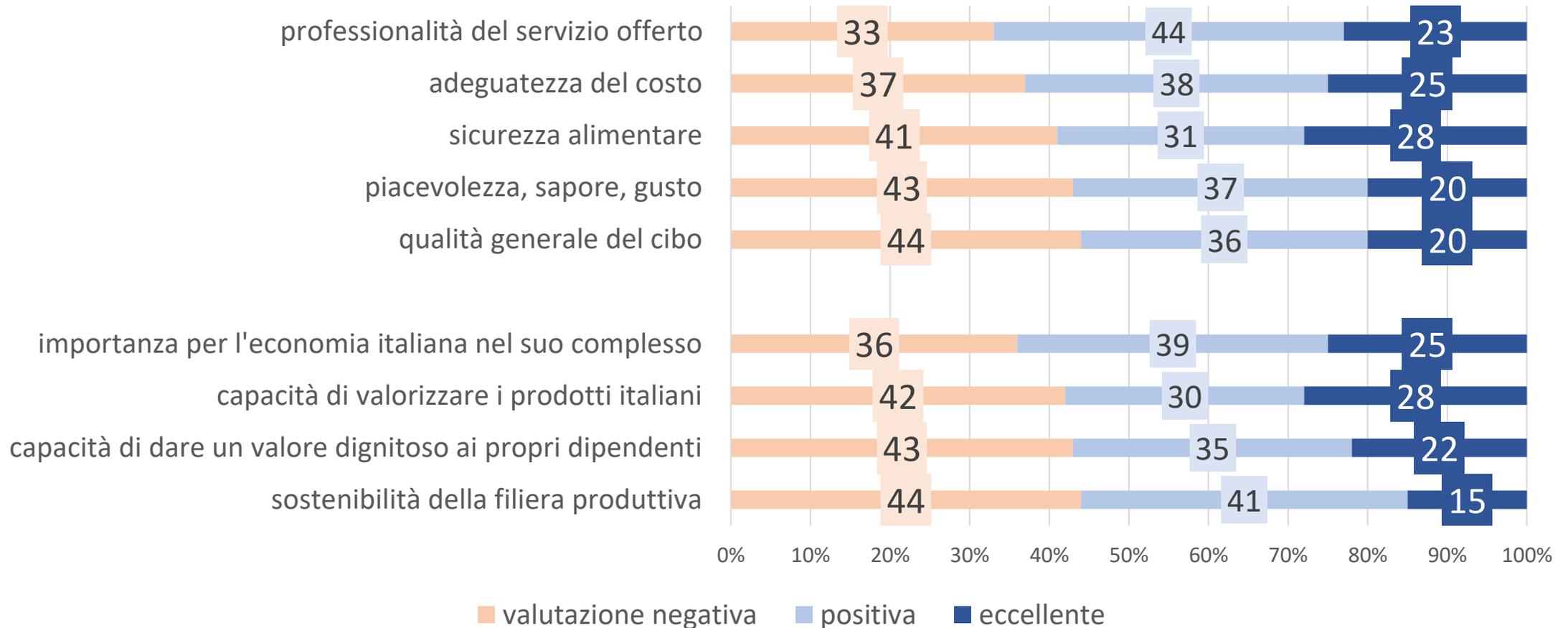
## Presenza o meno di un servizio mensa tra i lavoratori dipendenti



## I vantaggi percepiti di un servizio di mensa aziendale

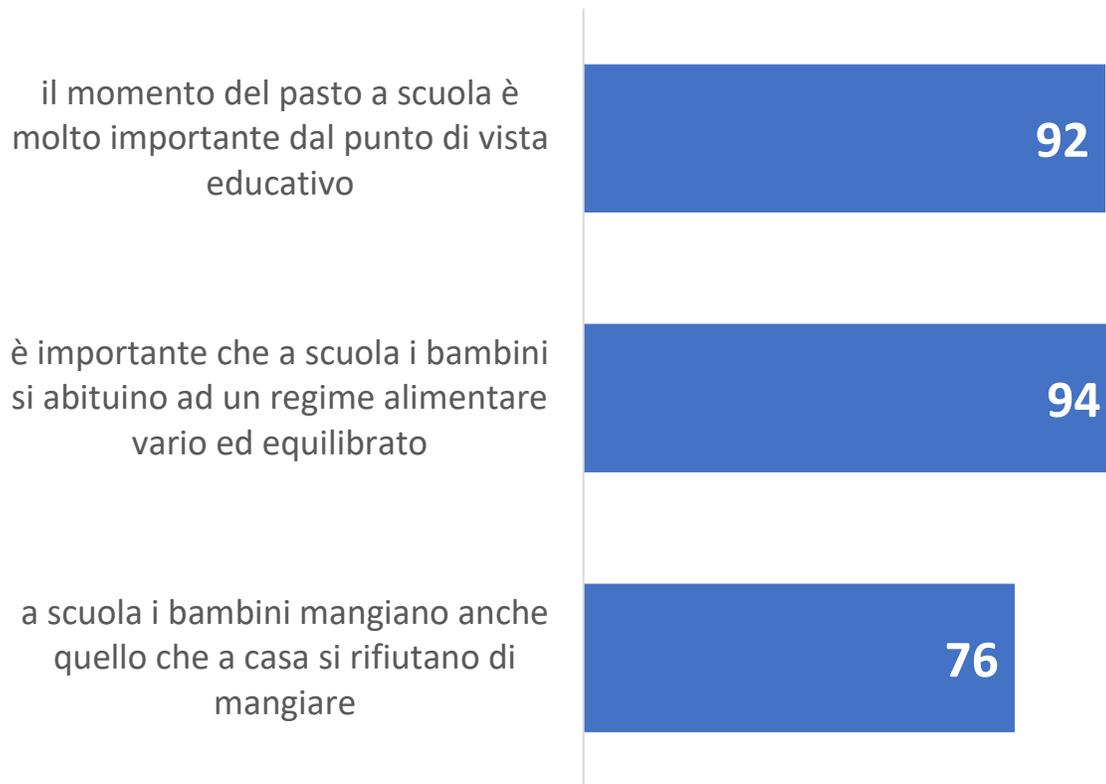


# La valutazione dei servizi di ristorazione collettiva: prevalgono decisamente le valutazioni positive sia in relazione alla qualità del servizio, che al suo impatto di sistema

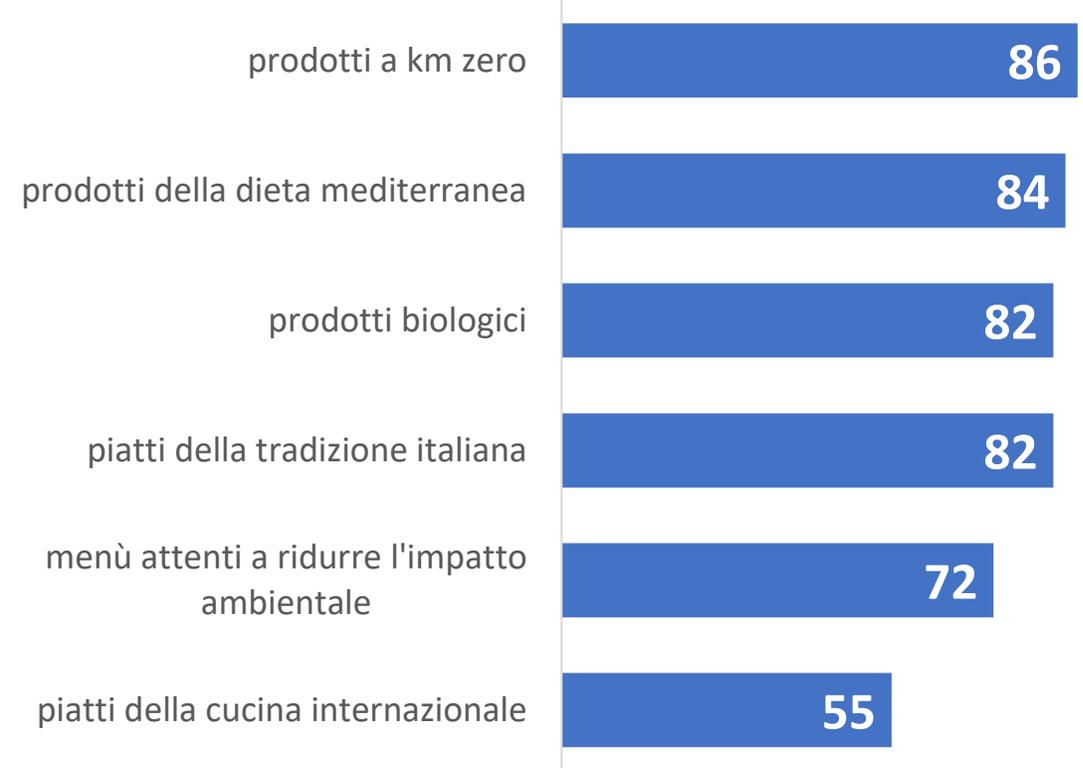


# La ristorazione scolastica: un momento con una forte valenza educativa utile per acquisire sane abitudini alimentari

## Genitori che ritengono importante che nel menù della ristorazione scolastica siano presenti

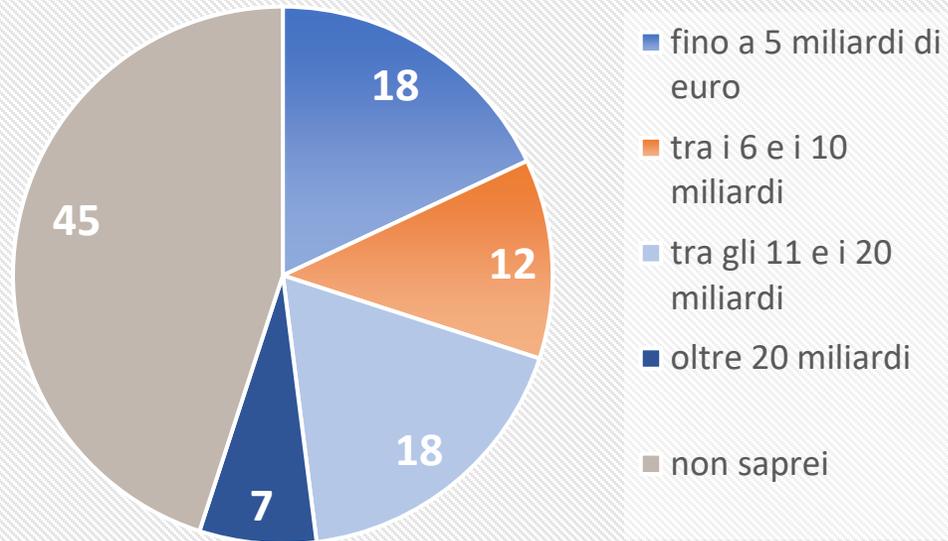


## Genitori che ritengono importante che nel menù della ristorazione scolastica siano presenti

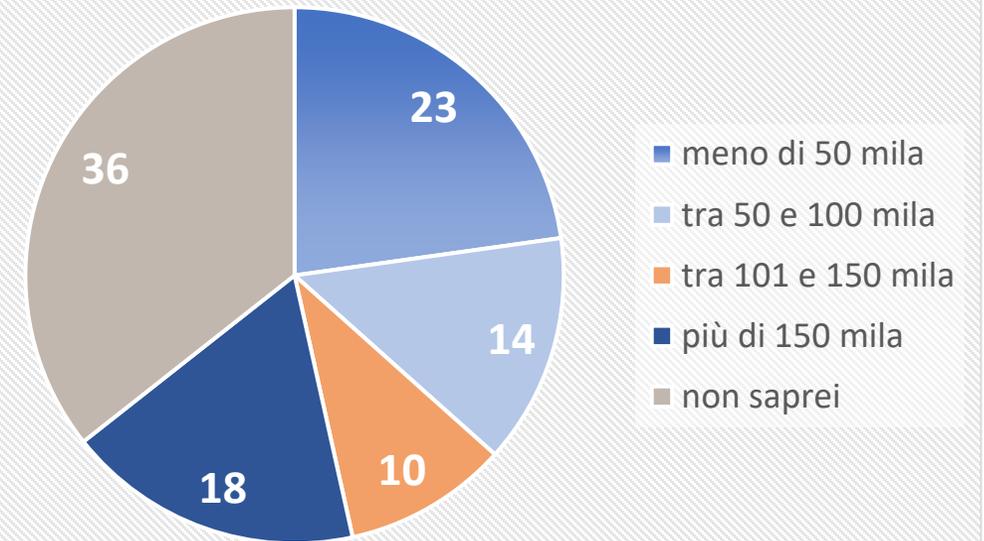


# La (dis)percezione delle dimensioni e della rilevanza del settore

## Percezione del fatturato complessivo del settore



## Percezione del numero di addetti



*"There is nothing so stable as change"*  
Bob Dylan



**Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.**

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- ✓ **AFFIDABILITÀ**, 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- ✓ **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- ✓ **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
- DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
- ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
- ✓ **PERSONE**, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

### **SWG Spa – Società Benefit da dicembre 2022**

SWG è membro di ASSIRM, ESOMAR, MSPA ed EphMRA. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

#### **TRIESTE**

Via S. Giorgio 1 - 34123  
Tel. +39 040 362525  
Fax +39 040 635050

#### **MILANO**

Via G. Bugatti 5 - 20144  
Tel. +39 02 43911320  
Fax +39 040 635050

#### **ROMA**

Piazza di Pietra 44 - 00186  
Tel. +39 06 42112  
Fax +39 06 86206754

