



# Gli Italiani in cucina: una storia d'amore

Survey 1/24 – sintesi dei risultati  
giugno 2024

# GZ Lab: concept

GialloZafferano, il food media brand numero 1 in Italia, lancia GZ Lab, l'osservatorio che esplora il rapporto degli italiani con il cibo e la cucina.

Fra giugno e luglio 2024, GialloZafferano ha diffuso un questionario attraverso il sito web e i propri canali Instagram, Facebook, Whatsapp.

Il questionario e l'elaborazione dei dati sono stati realizzati con il contributo scientifico dell'istituto di ricerca

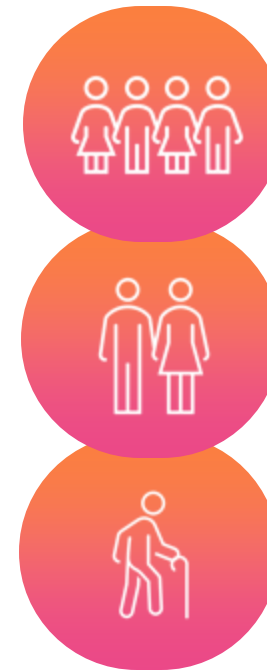
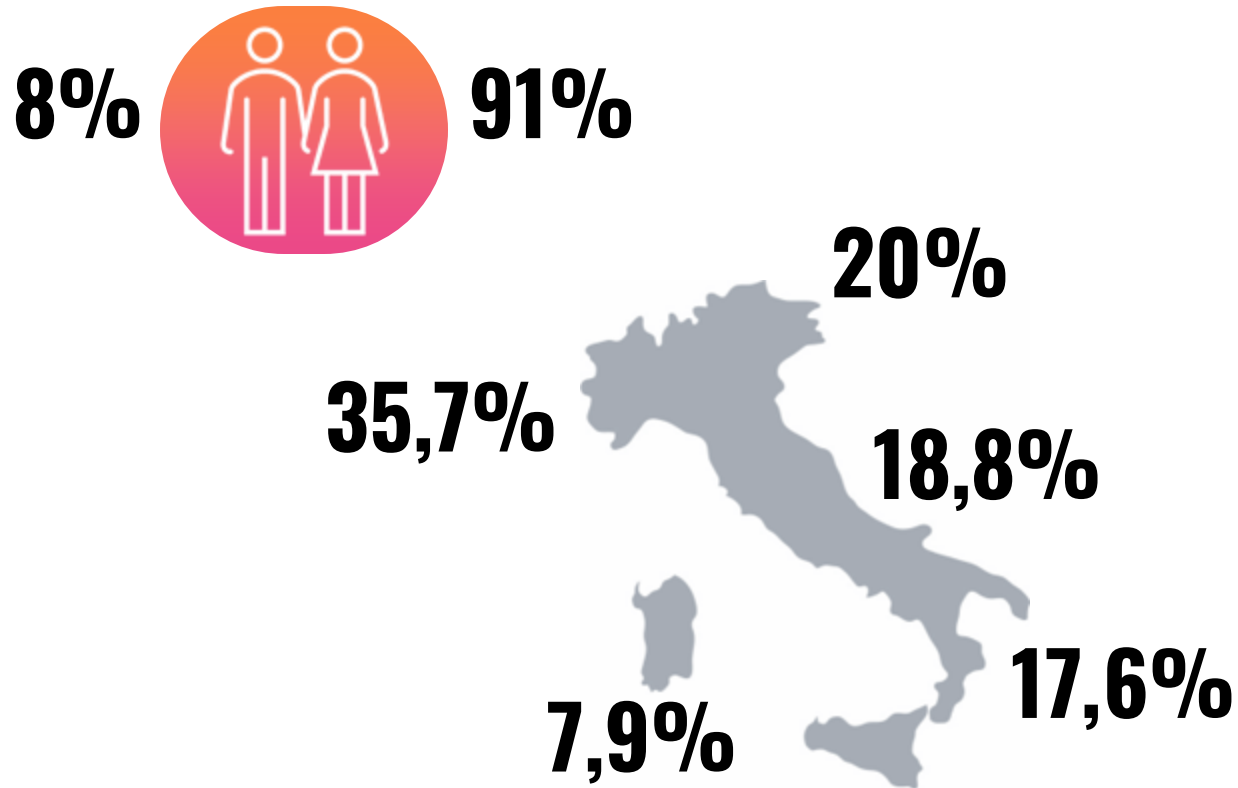


# GZ Lab: dimensioni indagate

- Il questionario esplora **il rapporto individuale dei rispondenti con il cibo e la cucina, con particolare attenzione alla dimensione domestica**. Attraverso domande che indagano preferenze culinarie, abitudini in cucina, scelte alimentari, e l'interazione con i diversi *touchpoint* di *GialloZafferano*, la ricerca indaga come le persone interagiscono con il cibo in termini culturali, sociali, e personali
- Il questionario è composto da **13 domande alcune delle quali suddivise in sottosezioni** che chiedono di graduare attraverso una scala da 1 a 10 il livello di affinità rispetto alcune abitudini di consumo, oppure di selezionare fra le risposte proposte quelle con maggiore affinità rispetto alle proprie preferenze.
- A completamento del percorso, un set di ulteriori **6 domande socio-demografiche** consentono di mettere a fuoco in aggregato i profili dei rispondenti
- Le principali aree indagate sono: **il significato attribuito al cibo ed all'atto di cucinare**, le combinazioni di sapori più affini ai gusti personali, **la frequenza di consumo** del pasto a casa e di preparazione del medesimo, il tempo dedicato alla preparazione, **l'adozione di particolari scelte alimentari, l'interesse per ambiti più o meno sperimentali** della cucina e la valutazione su alcune caratteristiche distintive di *GialloZafferano*

# Profilo dei rispondenti

- Il questionario è stato compilato da **oltre 8.000 persone**
- La distribuzione per fasce di età e per area geografica è **in linea con la composizione della popolazione italiana** (ad eccezione dell'area Nord-Ovest che è sovrarappresentata)



| età          | %    |
|--------------|------|
| <b>18-25</b> | 6,5  |
| <b>26-35</b> | 10,1 |
| <b>36-45</b> | 17,5 |
| <b>46-55</b> | 27,4 |
| <b>56-65</b> | 26,4 |
| <b>66-75</b> | 10,9 |
| <b>76+</b>   | 1,1  |

# Gli Italiani in cucina: lo scenario

## Che cosa rappresenta per te il cibo?



**«Mangiare bene è fondamentale per la mia salute fisica e il benessere della mia mente»**

fra le diverse affermazioni proposte, quella indicata ha ricevuto il punteggio più alto in assoluto con una valutazione di 9,3 su 10

### ALLA RICERCA DEL BENESSERE (fisico e mentale)

- **Solo il 16% non adotta scelte alimentari particolari**
- Per il 34% le scelte sono orientate dal controllo del peso o da specifiche condizioni mediche
- Oltre il 20% limita il consumo di carne e preferisce alimenti BIO e a Km zero
- Il 19% è interessato a ricette vegane/vegetariane o alternative a glutine e lattosio
- Il 16% deve guardarsi da allergie ed intolleranze



# Gli Italiani in cucina: lo scenario

## IL MIGLIOR RISTORANTE È A CASA

- **Il 56% adora cucinare e lo fa almeno 4-5 volte alla settimana** (un altro 17% cucina a casa 3-4 volte a settimana)
- **Il 27% ha aumentato il numero di volte in cui mangia a casa** (4% ha diminuito)

## MENO IMPROVVISAZIONE, PIU' ATTENZIONE

- **Il 54% nell'ultimo anno ha diminuito le ordinazioni di cibo online** (4% ha aumentato)
- **Il 43% dedica fra i 30 e i 45 minuti** alla preparazione del pasto principale della giornata
- Nel fine settimana, il 67% vi dedica più di 1 ora
- **L'11% vorrebbe avere più tempo da dedicare alla cucina**



# Gli Italiani in cucina: lo scenario

## SCELTE CONSAPEVOLI PER TUTTI I GIORNI

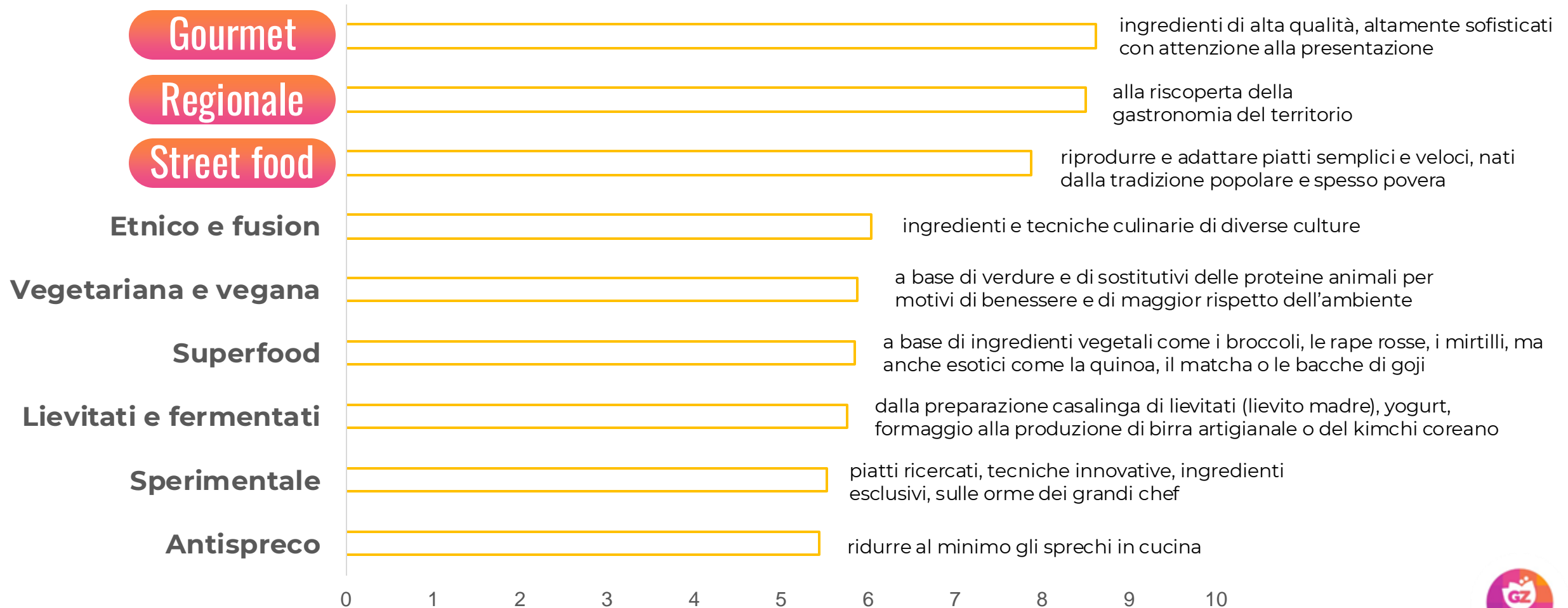
- Per il 21% **contenere le spese è un fattore** che orienta le scelte alimentari
- Irrinunciabili restano **i sapori autentici**, l'attenzione al gusto, **la ricerca di equilibrio e nutrizione**

## CUCINA GOURMET PER SFUGGIRE ALLA ROUTINE

- **Ingredienti di alta qualità, anche sofisticati e con attenzione alla presentazione**: questa la formula preferita per esplorare nuovi orizzonti e scoprire nuovi sapori
- Significativa anche la riscoperta della **gastronomia regionale** e dello **street food**, fonte di ispirazione per riprodurre e adattare piatti semplici e veloci, nati dalla tradizione popolare e spesso povera
- La cucina sperimentale (piatti ricercati, tecniche innovative, ingredienti esclusivi, sulle orme dei grandi chef) e l'antispreco raccolgono i minori consensi

# Gli Italiani in cucina: lo scenario

## Quanto trovi interessanti i seguenti ambiti della cucina?





# Gli Italiani in cucina: una storia d'amore

Nonostante lo scenario socio-economico incida sulle scelte alimentari, **la parola che più insistentemente viene associata alla cucina è «AMORE»**



**«Preparare un pasto è un gesto di amore e di cura verso gli altri»**

fra le diverse affermazioni proposte, quella indicata ha ricevuto il punteggio più alto in assoluto con una valutazione di 9,3 su 10

**Quale parola  
descrive meglio la  
tua idea di cibo?**

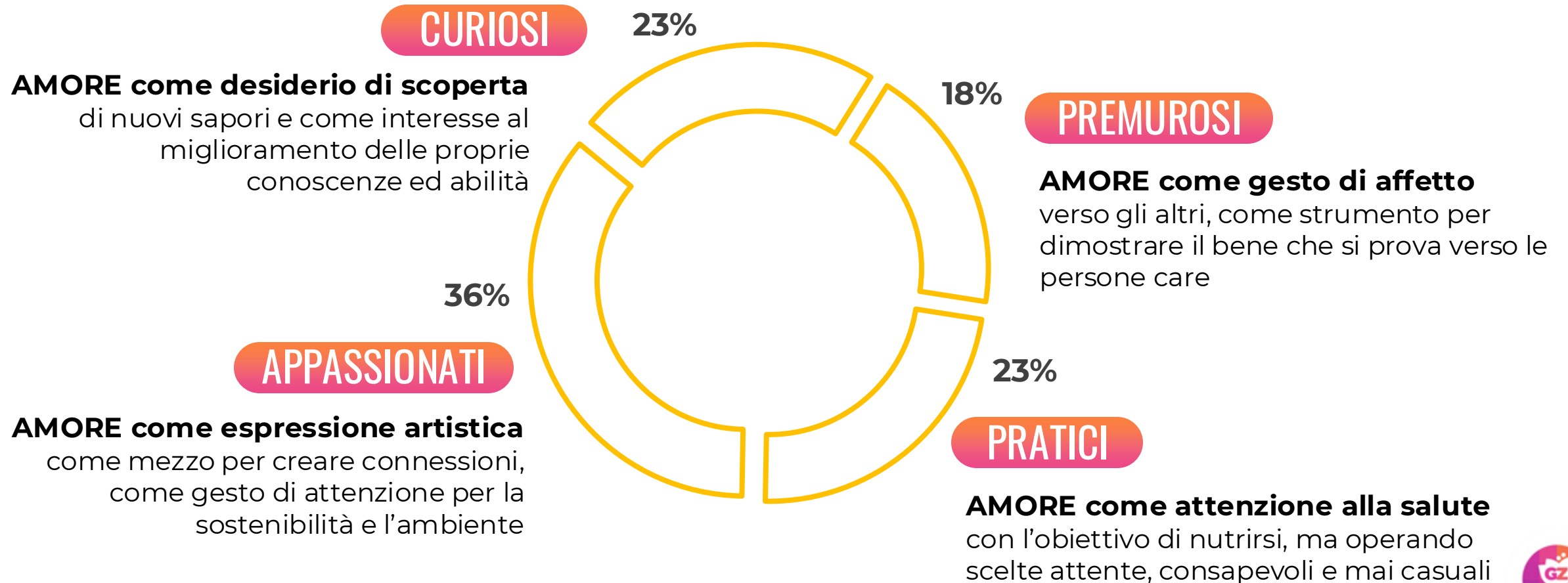


# Gli Italiani in cucina: una storia d'amore

- Alla richiesta di associare liberamente una parola al cibo ed alla cucina, **«Amore» è stata di gran lunga la più citata** dai rispondenti (*stiamo aspettando dall'istituto di ricerca un dato finale di frequenza con cui compare questa parola rispetto alle altre*)
- L'analisi combinata delle diverse risposte al questionario mostra che di questa parola le persone offrono almeno due interpretazioni
  - La cucina e il cibo sono **un modo per dimostrare il proprio affetto**: preparare un pasto diventa un gesto di amore e di cura verso gli altri (anche più in generale sotto forma di attenzione alla sostenibilità e all'ambiente), gratificante perché aiuta a **costruire e consolidare legami**
  - Ma amore significa anche **volere bene a se stessi**: la cucina è forma d'arte, un percorso di sperimentazione, innovazione e crescita personale che **attraverso il cibo dà sostanza alle idee**
- Nell'approfondimento che segue, il tema dell'amore diventa filo conduttore e lente di osservazione dei diversi approcci al cibo e alla cucina

# Gli Italiani in cucina: una storia d'amore

Dall'**analisi psicografica** delle risposte (si veda nota metodologica) emergono **4 profili**, ciascuno con caratteristiche distintive che ne riflettono preferenze culinarie e approcci alla cucina.



# Gli Italiani in cucina: APPASSIONATI E APPASSIONATE



36%

Piatto forte: pizza fatta in casa



...e gli altri classici fatti in casa: tiramisù (con tutte le sue varianti), pasta fresca, torta di mele e la domenica pancakes per tutti! Quando padroneggiano la tecnica, c'è spazio per variazioni creative

## Amanti dell'esperienza in cucina

- Interessati a **migliorare le proprie abilità** culinarie, anche nelle preparazioni di tutti i giorni vogliono esprimersi, perché **la cucina è una forma d'arte**
- Dalla tavola **vogliono ricavare piacere**: per sé stessi e per creare connessioni con gli altri
- Mostrano attenzione ai temi della **sostenibilità e responsabilità ambientale**

fascia di età



amore



attenzione al benessere



orientamento





# Gli Italiani in cucina: CURIOSI e CURIOSE



23%

## Piatto forte: Ravioli cinesi



...ma anche porridge a colazione, hummus e guacamole all'aperitivo e per cena un falafel. In tavola c'è spazio per imparare da tutte le culture

## Nuovo è divertente

- **Giovani adulti moderni, orientati all'innovazione:** cambiare, provare nuove cose è il valore principale
- La cucina è occasione per dare sfogo alla propria curiosità ed **esplorare nuove soluzioni**
- Ricerca del gusto, ma non solo: è **l'aspetto estetico del cibo** a completare e rendere indimenticabile l'esperienza sensoriale

fascia di età



amore



attenzione al benessere



orientamento





# Gli Italiani in cucina: PREMUIROSI e PREMUIROSE



18%

## Piatto forte: Parmigiana



...ma anche secondi di carne e pesce, minestrone e zuppe con ingredienti di stagione. Lunghe preparazioni, al forno o in padella, sono i cibi che confortano e che rassicurano.

## Semplice e autentico

- **La cucina ha un ruolo sociale**, è un modo per dimostrare amore e per creare connessioni: scegliere ingredienti semplici, naturali e di qualità vuol dire **prendersi cura degli altri**
- Un'idea di cucina mediterranea e rustica che dà l'opportunità di **tramandare ricordi**, ricette regionali e segreti di famiglia
- La tradizione prende vita attraverso gli affetti

fascia di età



amore



attenzione al benessere



orientamento



# Gli Italiani in cucina: PRATICI e PRATICHE



23%

## Piatto forte: Carbonara



...ma anche pasta al tonno e insalata di pollo. Una dieta oggi salutare, domani gustosa, da preparare in poco tempo con ricette: «buona la prima!»

## Sfamarsi con praticità e attenzione alla salute

- La cucina è principalmente **un mezzo per sfamarsi**, deve funzionare, anche perché il tempo non è molto
- Tuttavia ciò non significa improvvisare e cedere al *junk food*: **l'attenzione alla salute resta centrale**, grazie ad una dieta nel complesso bilanciata
- La loro cucina predilige **piatti di semplice preparazione**, ma ricchi di sapore, genuini e nutrienti

fascia di età



amore



attenzione al benessere



orientamento



# Gli Italiani in cucina con GialloZafferano

## Tutto vero e replicabile

- Il 98% ritiene che **le ricette sono facili da seguire e replicare**
- Per il 92% **le fotografie e i video** delle ricette **migliorano l'esperienza** sul sito e sui social

## Una fonte inesauribile di ispirazione

- Il 96% ritiene che la varietà di contenuti disponibili **soddisfa i propri interessi culinari**
- Il 90% **trova ispirazione** quando non sa cosa cucinare
- Il 92% usa GialloZafferano perché **trova sempre nuove ricette e contenuti**



## I CANALI DI GIALLOZAFFERANO

- **Sito web e Instagram** i canali più scelti con una percentuale in entrambi i casi superiore al 37%
- Il 27% sceglie anche **Facebook**
- **La App GZ e il canale Youtube** sono un punto di riferimento per il 17%







**MONDADORI**  
**MEDIA**

