

Take away

DS6901

DS6901

La comodità che piace è prendere il cibo e portarselo a casa

Se la cucina italiana nel 2024 ha registrato un valore di 251 miliardi di euro la vera novità è la crescita del 26% del food delivery a livello globale dal 2019 con una previsione di 2,5 miliardi di utilizzatori nel mondo sino al 2030

Nicola Grolla

La cucina italiana, nel 2024, ha raggiunto un valore di 251 miliardi di euro a livello globale, secondo l'ultimo Foodservice Market Monitor di Deloitte. Un traguardo che racconta molto di più dell'immagine stereotipata della tovaglia a quadretti biancorossi, il piatto di pasta o la pizza su un piatto sbrecciato e lo chef che fa anche i conti alla cassa. Parliamo di una vera e propria industria che ha fatto del modello di ristorazione con servizio al tavolo il suo mantra (19% di quota globale), senza per questo disdegnare l'apertura al quick service restaurant (Qsr). Proprio nella Penisola, infatti, sono i ristoranti dove il cliente piazza l'ordine e ritira il prodotto in autonomia a farsi sempre più largo grazie alla maggiore penetrazione delle catene di ristorazione. Degli 83 miliardi di euro registrati

in Italia nel 2024 dal mercato foodservice (in cui sono compresi anche bar, caffetterie e street food), il 10% è stato assorbito dalle catene, con il Qsr che ha trainato l'aumento di quote di mercato mettendo a segno una crescita con un tasso composito del +13,3% nel quin-



quennio 2019-24 (rispetto al +5,2% del full service restaurant). «Negli ultimi 5 anni abbiamo assistito a una over performance del canale con una sostanziale accelerazione post-Covid - conferma Tommaso Nastasi, partner e value creation service leader di Deloitte Italia - Questo si inserisce all'interno di un trend globale che, nel periodo 2024-29, prevede una crescita del 2,5% per il Qsr contro una media del 2% del foodservice. Da notare, inoltre, che quando parliamo di servizio veloce non intendiamo solo il fast food, ma anche il format fast casual che è stato un traino importante».

Ciò non toglie che il modello tradizionale rimanga maggioritario in Italia, ma dopo il rimbalzo post-Covid e con una prospettiva di stabilizzazione dei consumi - dovuta anche ad alcune difficoltà economiche che hanno generato un certo impatto sulla clientela - i modelli di business stanno cambiando. A fine 2025 si prevede che la ristorazione veloce raggiungerà un giro d'affari di circa 25,2 miliardi, un valore destinato a crescere ulteriormente a oltre 26 miliardi entro il 2029, registrando un tasso annuo di crescita composito del +1% nel periodo 2024-2029. E questo a scapito di street food (-0,3%) e bar (-1,3%). Detto diversamente, «nel breve termine, ci aspettiamo una crescita selettiva, trainata da format accessibili, offerta di qualità a buon prezzo e innovazione digitale. Le prospettive dipenderanno molto dalla ripresa dei consumi, dalla fiducia dei consumatori e dalla capacità del settore di adattarsi a nuove abitudini e stili di vita più orientati alla convenienza», ha puntualizzato Nastasi. Rientrano in questa dinamica diverse operazioni realizzate o annunciate come l'arrivo di Popeyes (ca-

tena dedicata al pollo fritto in stile Cajun) e il prossimo debutto di Wendy's (terza insegna di hamburger al mondo). Ma anche il successo di campioni tricolori come La Piadineria, Alice Pizza e i marchi Cigierre e Cremonini.

Oltre la ristorazione commerciale, anche il fine dining guarda con sempre maggiore attenzione al fenomeno delle catene: «Diverse insegne di alta cucina - ho confermato Nastasi - guardano con interesse al fenomeno delle catene e al loro modello organizzativo. Alcune hanno già messo in piedi delle strutture di questo tipo. Per tutte l'obiettivo è l'internazionalizzazione del proprio format, anche a costo di una certa dose di standardizzazione e adattamento al mercato di riferimento». Un passo che potrebbe portare vantaggi a tutta la filiera agroalimentare: «Il foodservice diventa sempre più rilevante per i produttori, soprattutto quando si uniscono cucina premium e diffusione delle eccellenze Made in Italy in un'ottica di promozione della qualità», ha aggiunto Nastasi. A sostegno di questa sfida, il dato che vede la ristorazione italiana al sesto posto globale per valore complessivo, al quarto per i ristoranti con servizio al tavolo e al quinto per la ristorazione veloce.

A spingere questi cambiamenti, infine, è l'evoluzione della clientela. La sostenibilità è un valore condiviso tanto che il 76% dei consumatori ha ridotto il proprio consumo di carne a favore di soluzioni vegetariane mentre il 65% sarebbe disposto a pagare di più per prodotti che rispettano i criteri Esg. Una tendenza che si unisce alla comodità del food delivery (cresciuto a livello globale del 26% circa dal 2019 a oggi con una previsione di 2,5 miliardi di utilizzatori al mondo sino al 2030).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE CATENE IN ITALIA ECCO LA TOP TEN

Quali sono le catene più presenti in Italia? A rispondere a questa domanda ci ha provato la rivista specializzata Retail&food in una classifica stilata a inizio agosto (dati aggiornati a luglio 2025). Prima McDonald's (764 locali), seconda La Piadineria (483), terza Burger King (305). Giù dal podio, Old Wild West (ristoranti a tema country con menu dedicato alla carne alla griglia del gruppo Cremonini, con 245 punti vendita) e Alice Pizza (220) a concludere la Top 5. Allargando lo sguardo ai primi 10 posti, compaiono anche I Love Poke (160 negozi) e Poke House (80) che, dopo i successi degli ultimi anni riscosso dalle poke bowl, sembrano aver rallentato la propria corsa. Infine, merita una menzione KFC: l'insegna del pollo fritto del Colonnello Sanders ha superato i 120 ristoranti puntando su un'esperienza omnicanale, un prodotto in linea con i trend di consumo e drive-thru per l'ordine direttamente dall'auto.



① Dopo gli anni del Covid continua a crescere la tendenza dei consumatori a comprare pasti take away

GETTY IMAGES