

# Consumi fuori casa, visite in calo dell'1,1% Soffre la spritz economy

**Centromarca**

**Mutti: «Prima del conflitto  
le stime di crescita si  
attestavano a 106 miliardi»**

Cambia la mappa dei consumi fuori casa che nel 2025 hanno raggiunto i 102 miliardi di euro di spesa (+1,5% rispetto al 2023) mentre «prima del conflitto in Iran le stime di crescita del comparto per il 2026 si attestavano a 106 miliardi» ha detto Francesco Mutti, presidente Centromarca, a una platea di 200 manager dell'industria di marca e del retail durante l'incontro «Away 2026 - Scenari, nuovi riti e opportunità per la marca nei consumi fuori casa».

Cresce la spesa ma soffrono gli ingressi in bar, pizzerie, ristoranti, pub e locali notturni che «nel 2025 sono calati dell'1,1%, perdita che diventa del -1,6% considerando la sola clientela italiana» rimarca Bruna Baroni, direttore Industria consumi fuori casa di TradeLab. Per quanto riguarda il 2026 «a gennaio e febbraio ci sono stati segnali di cali delle visite» aggiunge il direttore.

Bene il trend delle catene (+1,1%) e la ristorazione (+0,6%). Ben diverso l'andamento dei bar diurni (-2,7%) e serali (-2,9%), con crolli più marcati per take away (-4,2%) e per il food delivery (-4,4%). È l'effetto del cambio generazionale perché i baby boomer con un +3% degli ingressi sono il motore della crescita. La clientela di mezza età, la Gen X, con un -5,6% degli ingressi è in maggiore difficoltà con i Millennials (-1,3%) e Gen Z (-0,3%) che contengono la riduzione delle visite.

Nuove abitudini, nuovi scenari che cambiano i momenti di consumo. A farne le spese è la cosiddetta "spritz economy", il rito dell'aperitivo, dell'happy hour conviviale tra amici. Secondo i dati TradeLab calano sensibilmente gli ingressi che si fermano a 506 milioni (-5,8% rispetto al 2023) con 1,25 miliardi di consumazioni per un totale di 3,9 miliardi di spesa (-6,2% a valore). I trend di consumo di bevande nell'occasione vedono in difficoltà tutto il mondo alcolico - birra (-6,5%), cocktails e super alcolici (-1,0%), vino e bollicine (-4 per cento).

Con 37,2 miliardi di euro (+2%) di spesa è la cena l'occasione principale di consumo. Emerge una maggiore parsimonia nelle ordinazioni e si rinuncia al dessert (-11,3%) e alcolici (-4,4%) preferendo i primi piatti, quelli unici e le bevande analcoliche. Le catene della moderna ristorazione, il casual dining, vedono un +8% degli ingressi. Bene anche il fine dining, quella di fascia alta che vede un +6,3% e quella media (+3,4%). Leggera flessione dell'1,7% per le pizzerie mentre i ristoranti di fascia bassa accusano un -16 per cento.

Altro momento importante è quello del pranzo, che vale 27,4 miliardi di euro. Negli ultimi tempi c'è stato un aumento (+3%) degli acquisti di piatti pronti nei supermercati mentre bar e ristoranti di fascia media hanno un trend negativo, rispettivamente -5,2% e -2,3% mentre le catene della ristorazione crescono del +6,3%. Altro rito è quello della colazione. Cappuccino e brioche valgono 6,3 miliardi di euro e questo è il momento più frequentato perché accessibile tanto da essere amato dai più giovani.

—E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

