

Consumi fuori casa stabili sui 102 miliardi ma non mancano i chiaroscuri del settore

DI MARCO A. CAPISANI

I consumi fuori casa valgono in Italia 102 miliardi di euro, a fine 2025, e su questa soglia rimarranno stabili anche alla fine di quest'anno. A chiusura del 2024 avevano già superato la soglia dei cento miliardi di euro, a quota 101, secondo i dati TradeLab presentati ieri a Roma durante l'Osservatorio del mercato Away from home, organizzato da Federdistribuzione (sotto la presidenza di **Alberto Buttarelli**) e ospitato dal dicastero dell'agricoltura guidato dal ministro **Francesco Lollobrigida**. A guardare però il settore del futuro, tra inflazione e nuovi consumi, non mancano i chiaroscuri: piace per esempio il momento del pranzo (+1,7%), meno quello dell'aperitivo (-3,1%) e i dopo-cena. Le occasioni di consumo non mancano (sono più di 10 miliardi ogni anno) ma nella ristorazione avanzano solo le insegne di fascia alta (+2,9%) mentre arretrano quelle con un posizionamento più basso, a conferma che il mercato trascura spazi di crescita se non soddisfa anche necessità economicamente più accessibili. Su questa lunghezza d'onda, anche nel significativo peso dei turisti come consumatori (22%), si vede oramai che quelli stranieri, spesso con maggior capacità di spesa, generano un business di 11 miliardi di euro (+7%) quasi eguagliando quelli italiani che valgono 12 miliardi ma crescono di un più contenuto 3%.

Il canale horeca (hotellerie-restaurant-café, ndr) «sta attraversando una fase di profonda evoluzione, in cui gli operatori chiedono ai propri partner non solo un'offerta ampia e qualificata, ma anche servizi, flessibilità e strumenti capaci di accompagnare la gestione quotidiana dell'attività», ha spiegato **David Martinez Fontano**, presidente di Federdistribuzione Horeca, nonché ceo di Metro Italia. «In questo scenario, il distributore moderno specializzato può svolgere un ruolo sempre più importante, mettendo a disposizione degli operatori professionali assortimenti dedicati, soluzioni logistiche e servizi digitali». Riassumendo, «è una filiera che sta cambiando e che richiede sempre più collaborazione e capacità di innovazione», ha chiosato Buttarelli.

Sempre nella giornata di ieri ma a Milano, si sono tenuti gli Stati generali del mercato food&beverage in Italia 2026, promossi da Italgrob-Federazione italiana distributori Ho.Re.Ca., associata Confindustria, che ha condiviso gli stessi dati TradeLab e ha svolto un approfondimento sul mondo beverage. Quest'ultimo vale oltre 22 miliardi di euro, stimati per il 2026. Secondo i dati di Circana, quest'anno il mercato tricolore delle bevande ha evidenziato una dinamica moderatamente positiva in termini di fatturato: +2,4% per i distributori bevande, +3,4% per i cash&carry e +1,4% nella gdo. I volumi superano il +2%, trainati principalmente dall'acqua che rappresenta più del 50% dei volumi totali. La crescita del 2026 è stata alimentata principalmente dalle referenze storiche e dai prodotti già presenti sul mercato mentre l'innovazione mostra segnali di rallentamento. Le prime 100 referenze generano oltre il 36% del fatturato totale.

© Riproduzione riservata

