vinetur

La alta restauración italiana sostiene el vino premium con solo el 5% de las visitas

Ese segmento concentra más del 34% del consumo de vino, espumosos y bebidas de sobremesa fuera del hogar

viernes 12 de junio de 2026



La restauración de alta gama en Italia concentra una parte muy relevante del consumo de vino, espumosos y bebidas de sobremesa, pese a representar una fracción pequeña de las visitas fuera del hogar. Así lo recoge un análisis difundido por Federvini este

jueves, 11 de junio, a partir de datos de TradeLab sobre hábitos de consumo en el canal hostelero.

El estudio sitúa el mercado italiano del consumo fuera de casa en 102.000 millones de euros al cierre de 2025, con un volumen total de 9.600 millones de visitas. Dentro de ese conjunto, la restauración independiente mueve cerca de 55.000 millones de euros y registra una ligera subida frente al año anterior.

En ese escenario, los restaurantes de alta gama tienen un peso limitado en número de visitas, pero concentran una parte mucho mayor del consumo de determinadas categorías de bebidas. Según Federvini, ese segmento representa solo el 5% de las visitas totales realizadas fuera del hogar, pero reúne más del 34% de las consumiciones de vino, espumosos y amari o bebidas para después de la comida.

Los datos sobre comportamiento del cliente apuntan en la misma dirección. El 55% de los asistentes a restaurantes de alta gama afirma que consume siempre vino o espumosos durante la experiencia en sala. La proporción baja al 25% en los locales de gama media y al 11% en los establecimientos de gama baja.

La diferencia también aparece en las bebidas de sobremesa. En los restaurantes de alta gama, el 24% de los clientes dice que las toma de forma habitual. En la restauración media y baja, esa cifra se queda en el 7%.

TradeLab también observa una caída general del consumo en estas categorías, aunque con una evolución más estable en el segmento premium. En el conjunto del mercado, 2,3 consumidores de cada 10 aseguran haber reducido su consumo de vino y espumosos. En amari y otras bebidas para después de la comida, la proporción sube a 2,8 de cada 10. En cambio, en la restauración de alta gama los niveles se mantienen, según la información difundida por Federvini.

La percepción del consumidor refuerza además el papel del vino dentro de la experiencia gastronómica. El 67% de los encuestados considera que elegir un buen vino influye de forma importante en la calidad total de la comida en el restaurante. Ese dato ayuda a explicar por qué este tipo de locales conserva un papel central para las bodegas y para las empresas vinculadas a espumosos y licores digestivos.

Para el sector de bebidas, la lectura es clara: una parte relevante de la demanda de vino premium se mantiene en los establecimientos con mayor nivel medio de gasto, incluso cuando el consumo general pierde fuerza. Eso puede orientar decisiones sobre capacidad, márgenes y posicionamiento comercial en horeca, sobre todo en categorías donde el precio medio y la recomendación en sala tienen un peso mayor.

La información llega en un momento en que productores y distribuidores buscan señales más precisas sobre dónde resiste mejor el consumo fuera del hogar. En Italia, los datos difundidos por Federvini apuntan a que la alta restauración sigue siendo un canal básico para sostener ventas de mayor valor añadido y para reforzar la presencia de referencias ligadas a la experiencia gastronómica completa.