vinetur

El vino mantiene su papel central en la restauración italiana ante un consumo fuera de casa más fragmentado

La cerveza, los cócteles y las opciones sin alcohol avanzan en cartas más precisas y adaptadas al gasto

martes 17 de noviembre de 2026



El consumo fuera del hogar en Italia cambia de forma, pero mantiene al vino como una de sus referencias en la restauración. Las comidas y cenas siguen siendo su espacio más estable, mientras ganan peso otras franjas del día y otras categorías de bebida. El resultado es un mercado más fragmentado, con decisiones de compra más medidas y cartas de bebidas más ajustadas al tipo de cliente y al momento de consumo.

Las elaboraciones del Centro Studi Fipe, la federación italiana de los establecimientos públicos, a partir de datos de Tradelab, sitúan en 84.600 millones de euros el valor del mercado italiano del consumo fuera de casa en 2025. Ese volumen se apoyó en un total de 11.330 visitas, en un ejercicio que mostró una desaceleración, aunque el canal siguió siendo una referencia para el negocio de las bebidas.

Partesa, firma especializada en venta, distribución, consultoría y formación para el canal horeca, observa ese cambio desde una red de más de 32.000 clientes y una cartera de más de 7.000 referencias. La empresa señala que el consumidor italiano presta más atención al gasto y decide con más cuidado cuánto consume, qué elige y en qué momento del día lo hace. Ese ajuste no elimina el papel del vino, pero sí modifica la manera en la que comparte espacio con la cerveza, los espumosos, el vermú, los destilados y las opciones sin alcohol o de baja graduación.

El aperitivo sigue siendo una de las escenas centrales del consumo fuera del hogar en Italia. En bares y locales de encuentro, los cócteles, con el Spritz en primera línea, continúan ocupando una posición principal, junto a espumosos y vermú. A la vez, Partesa aprecia una oferta más amplia de bebidas con menos alcohol y una entrada más visible de la cerveza en ese momento del día, también en sus versiones premium y sin alcohol.

La empresa subraya que ya no hay una estación o una franja reservada casi en exclusiva para una categoría concreta. La progresiva desestacionalización del consumo ha ampliado las ocasiones en las que una misma bebida puede aparecer. Eso hace que cerveza, vino y destilados asuman papeles distintos según el local, el tipo de cocina y la situación de consumo.

En la comida del mediodía, sobre todo en la restauración casual, la elección tiende a ser más rápida y vinculada a la funcionalidad del servicio. En ese terreno, la cerveza gana espacio como alternativa al vino en ambientes informales. El vino, por su parte, conserva una posición relevante, apoyado en parte por el servicio por copas, que permite ajustar mejor el gasto y adaptarse a un consumo más moderado. También se extienden las propuestas sin alcohol para el consumo diurno, lo que amplía el abanico de opciones.

La cena mantiene una relación más estrecha entre bebida y cocina. Es en ese tramo donde el vino conserva con más claridad su papel central, ligado al tipo de plato y a la propuesta gastronómica del establecimiento. Sin embargo, el maridaje ya no queda limitado al universo del vino. Partesa indica que la cerveza entra cada vez más en las cartas de los locales como acompañamiento de platos que van más allá de la pizza y alcanzan tanto la restauración contemporánea como cocinas internacionales.

Ese cambio responde, en parte, a una oferta cervecera más amplia y a un consumidor con más información sobre estilos y combinaciones. En paralelo, los destilados también buscan sitio junto a la mesa, con cócteles pensados para acompañar la comida y no solo para el aperitivo o la sobremesa nocturna. En el tramo final del día, no obstante, pubs, vinotecas y bares nocturnos siguen siendo el territorio principal de la coctelería, los destilados y los amargos.

Partesa sostiene que en Italia el consumo de bebidas alcohólicas ha estado históricamente vinculado a la convivencia y, sobre todo, al momento de la comida. Esa característica continúa diferenciando al mercado italiano y se traduce ahora en una mayor atención a la relación entre lo que se bebe y lo que se come. Para la empresa, el vino sigue siendo la referencia del maridaje en restauración, aunque ya no en solitario.

Otro cambio visible aparece en el servicio. La firma menciona el avance de las propuestas no y low alcohol en las cartas de los locales y la entrada de cócteles en barril, con el Spritz como uno de los ejemplos más claros. Ese formato, indica la compañía, ayuda a simplificar y agilizar el servicio, mantiene una calidad homogénea y facilita que restaurantes o establecimientos sin personal especializado puedan incorporar la coctelería a su oferta.

La situación económica también pesa en ese ajuste de hábitos. Con un poder de compra más limitado, muchos consumidores sustituyen una botella por una copa o cambian el vino por una cerveza, según el momento, el precio y el entorno. Para los gestores, eso obliga a trabajar con varios niveles de precio, formato y ocasión, sin deteriorar la percepción de calidad.

Partesa defiende por ese motivo cartas más precisas y menos extensas. La empresa considera que no se trata de acumular referencias, sino de seleccionar las que encajan de verdad con el local, su clientela y su propuesta de cocina. Esa lógica responde también al control de los gastos de almacén y de gestión, donde una oferta demasiado amplia no siempre mejora la experiencia del cliente ni la rentabilidad del negocio.

Piero Protti, Commercial Strategy & Operations Manager de Partesa, afirma que el mercado del consumo fuera del hogar es cada vez más complejo porque no solo cambia qué beben las personas, sino también cuándo, cómo y por qué escogen una bebida concreta. En su opinión, eso hace fundamental construir cartas coherentes con la clientela y con los distintos momentos de consumo. Protti añade que el papel de la empresa pasa por ayudar a los gestores a convertir esa complejidad en una oportunidad a partir de las características de cada establecimiento y por mantener una oferta actualizada con el paso del tiempo.