vinetur

La restauración italiana de mayor precio gana clientes frente al retroceso del mercado

Los segmentos medio y económico pierden afluencia en un semestre débil

lunes 23 de noviembre de 2026



Los restaurantes italianos con un gasto medio por visita superior a 35 euros cerraron el primer semestre de 2026 con más afluencia de clientes, en contraste con la caída del conjunto de la restauración comercial del país. Los datos de TradeLab sobre consumo

fuera del hogar en Italia sitúan el avance de ese tramo de precio en el 3,2% entre enero y junio, mientras que el mercado en su conjunto retrocedió un 0,6%.

La diferencia entre ambos registros es de 3,8 puntos porcentuales. Esa brecha muestra que la media sectorial oculta trayectorias muy distintas según el nivel de gasto. Mientras la parte alta del mercado gana visitas, otros segmentos pierden terreno y empujan a la baja el resultado agregado.

El seguimiento de TradeLab mide visitas, no facturación. Ese matiz es importante porque un mayor número de entradas en sala no implica por sí solo un aumento equivalente de los ingresos. La evolución de la caja depende también del gasto por comensal, del tipo de consumo y del peso de cada franja de precio en el total del negocio.

En el resto del mercado, los restaurantes de precio medio y los de perfil económico registraron descensos de entre el 2% y el 3% en visitas durante la primera mitad del año. Las pizzerías, por su parte, tuvieron un comportamiento más estable y anotaron una subida del 0,6%. Con esa evolución, el avance del segmento por encima de 35 euros aparece como la principal excepción dentro de un semestre de tono débil para la restauración italiana.

La lectura de estas cifras apunta a una demanda dividida por categorías. La restauración de mayor tique consigue atraer más tráfico pese al retroceso del conjunto del mercado, mientras que las propuestas intermedias y más asequibles pierden frecuencia de consumo. En términos sectoriales, ese reparto puede alterar la mezcla de clientes y presionar a cada operador de forma distinta, aunque el balance general del mercado sea negativo.

TradeLab difundió este desglose el pasado 21 de noviembre. La firma no aportó en esa información el volumen absoluto de visitas de cada segmento, por lo que no puede calcularse cuántas entradas se ganaron o se perdieron en términos netos. El análisis, por tanto, permite comparar ritmos de variación, pero no cuantificar el tamaño real del movimiento en cada tramo de precio.

Aun con ese límite, la serie ofrece una señal clara sobre la restauración comercial italiana en la primera mitad de 2026: los locales con cuenta media superior a 35 euros avanzan en afluencia en un mercado que, en promedio, se contrae. Para cadenas, grupos y operadores independientes, la diferencia entre segmentos refuerza la idea de que el comportamiento del consumidor no está siendo uniforme dentro del mismo sector.