vinetur

Les restaurants italiens à ticket moyen élevé gagnent 3,2 % de visites au premier semestre

Selon TradeLab, rapporté par Ristoranti Web, le marché de la restauration a reculé de 0,6 %, tandis que les établissements de milieu et d’entrée de gamme ont perdu de 2 % à 3 % de visites

lundi 23 novembre 2026



En Italie, les restaurants où l’addition moyenne dépasse 35 euros ont attiré davantage de clients au premier semestre, alors même que le marché de la restauration dans son ensemble reculait, selon les données de suivi des consommateurs de TradeLab rapportées par Ristoranti Web le 21 novembre.

Les chiffres montrent que les visites dans les restaurants à ticket moyen élevé ont progressé de 3,2 % de janvier à juin. Sur la même période, le marché italien de la restauration commerciale a enregistré une baisse de 0,6 % des visites. Le segment à ticket moyen élevé a ainsi devancé le marché dans son ensemble de 3,8 points de pourcentage.

Les données mettent en évidence une demande contrastée dans le secteur. Tandis que les restaurants les plus chers ont gagné en fréquentation, ceux de milieu et d’entrée de gamme ont perdu entre 2 % et 3 % de visites, selon les chiffres cités par Ristoranti Web. Les pizzerias ont enregistré une hausse plus limitée, avec une progression de 0,6 % des visites.

La comparaison porte sur le nombre de visites, et non sur le chiffre d’affaires. C’est important, car les données mesurent la fréquence à laquelle les consommateurs sont allés au restaurant, et non le montant total de leurs dépenses. Le seuil de 35 euros correspond à la dépense moyenne par visite. La publication n’a pas communiqué les volumes absolus de visites ; il est donc impossible de calculer combien de visites supplémentaires le segment à ticket moyen élevé a gagnées, ou combien le reste du marché en a perdu.

TradeLab suit la consommation hors domicile en Italie, et Ristoranti Web a indiqué que les chiffres provenaient de ce suivi pour la période de janvier à juin. Aucun rapport primaire accessible au public présentant la même ventilation n’a pu être identifié dans l’immédiat ; Ristoranti Web constitue donc la source publique des données détaillées par segment.

Même avec cette limite, les chiffres décrivent un marché qui évolue différemment selon le niveau de prix. La moyenne du secteur indique une légère contraction, mais la ventilation montre que le recul s’est concentré en dehors du segment aux dépenses les plus élevées. Concrètement, les restaurants facturant plus de 35 euros par client ont

continué à attirer davantage de convives, tandis qu'une grande partie du marché enregistrait moins de visites.

Cette tendance peut intéresser les exploitants et les investisseurs, car les résultats globaux du marché peuvent masquer de fortes disparités au sein du secteur. Pris isolément, le recul de 0,6 % du marché dans son ensemble peut sembler modeste. Il prend une autre dimension lorsqu'on le compare à la hausse de 3,2 % dans le haut de gamme et aux baisses de 2 % à 3 % dans les restaurants de milieu et d'entrée de gamme.

Les chiffres suggèrent également que la résilience de la demande n'a pas été répartie uniformément entre les différents formats. Les pizzerias, qui occupent une place importante dans la restauration hors domicile en Italie, ont enregistré une légère hausse des visites, mais leur progression de 0,6 % est restée très inférieure à celle des restaurants affichant une dépense moyenne supérieure à 35 euros. Cet écart indique que les consommateurs qui ont continué à sortir plus souvent n'ont pas réparti ces visites de manière égale entre les types de restaurants et les catégories de prix.

Comme les données ne couvrent que le premier semestre, elles ne permettent pas de savoir si la même tendance s'est poursuivie pendant l'été et l'automne. Elles n'expliquent pas non plus les raisons des divergences entre les segments. Les résultats du premier semestre rapportés par Ristoranti Web montrent néanmoins que, dans un marché légèrement en recul dans son ensemble, la plus forte progression de fréquentation est venue de la partie du secteur qui s'adresse à des clients prêts à dépenser davantage par repas.