vinetur

L’inflazione ha ridotto dello 0,3% le vendite reali dei ristoranti statunitensi a ottobre

Le vendite nominali sono salite dello 0,2% a 92,9 miliardi di dollari, prolungando per nove mesi la crescita sostenuta dai rincari dei menu

mercoledì 18 novembre 2026



A ottobre le vendite di ristoranti e bar negli Stati Uniti sono aumentate ancora, ma la crescita è stata interamente legata ai rincari dei menu: al netto dell'inflazione, la spesa è quindi diminuita.

Secondo i dati preliminari del Census Bureau statunitense, citati in un rapporto della National Restaurant Association del 17 novembre, a ottobre i locali di ristorazione hanno registrato vendite destagionalizzate per 92,9 miliardi di dollari. Il dato è in aumento dello 0,2% rispetto ai 92,7 miliardi di settembre, rivisti al ribasso.

L'associazione ha riferito che l'aumento di ottobre ha segnato il nono incremento mensile consecutivo del settore, la serie più lunga di crescita delle vendite mensili dall'inizio della ripresa post-pandemia. Su base annua, le vendite sono state superiori del 7,0% rispetto a ottobre 2025: secondo l'associazione, è stato il più forte aumento su 12 mesi dal 2023.

L'aumento complessivo, tuttavia, non si è tradotto in una crescita reale nel mese. A ottobre l'indice dei prezzi al consumo per i pasti consumati fuori casa è salito dello 0,5%, più dell'incremento dello 0,2% delle vendite di ristoranti e bar. In base a questo confronto, le vendite corrette per l'inflazione sono diminuite dello 0,3% rispetto a settembre.

Nonostante il calo mensile in termini reali, la tendenza generale è rimasta più solida rispetto alle fasi precedenti della ripresa. Al netto dell'inflazione dei prezzi dei menu, da ottobre 2025 a ottobre 2026 le vendite dei locali di ristorazione sono aumentate del 3,2%. L'associazione ha affermato che il dato, pari a quello di settembre, rappresenta la crescita reale più forte su 12 mesi da quasi quattro anni.

Il rapporto ha indicato il mercato del lavoro come un sostegno centrale alla domanda di ristorazione. Nei tre mesi precedenti sono stati creati più di 400.000 posti di lavoro nell'economia statunitense, ha riferito l'associazione, aumentando la capacità delle famiglie di spendere in beni e servizi non essenziali, come i pasti al ristorante. Questa solidità ha contribuito a sostenere affluenza e vendite, nonostante i prezzi restino elevati.

Allo stesso tempo, secondo l'associazione di settore, le prospettive per i consumatori restano contrastanti. Una più forte crescita dell'occupazione potrebbe sostenere un ulteriore aumento della spesa nei prossimi mesi, mentre il calo dei prezzi della benzina potrebbe offrire un po' di sollievo se dovesse proseguire. L'associazione ha però avvertito che di recente i salari non sono riusciti a tenere il passo con i prezzi, spingendo molti consumatori ad attingere ai risparmi per mantenere i propri livelli di spesa. Anche il recente calo del mercato azionario rappresenta un rischio, soprattutto per le famiglie a reddito più alto, che hanno continuato a contribuire in misura rilevante alla crescita della spesa.

A ottobre le vendite di ristoranti e bar hanno seguito l'andamento generale del commercio al dettaglio. Secondo gli stessi dati del Census Bureau, anche le vendite al dettaglio complessive negli Stati Uniti sono aumentate dello 0,2% nel mese. Dietro questo dato complessivo sostanzialmente stabile, l'andamento della spesa è stato molto diverso da una categoria all'altra.

Le stazioni di servizio hanno registrato uno dei maggiori aumenti, con vendite in crescita dell'1,5% mentre a ottobre i prezzi alla pompa sono rimasti elevati. Anche i negozi di prodotti per la salute e la cura della persona sono saliti dell'1,5%, mentre i rivenditori che operano fuori dai negozi hanno segnato un +1,2%. Al contrario, le vendite dei negozi di arredamento sono diminuite del 2,3%. Sono calate anche quelle dei concessionari di veicoli a motore e ricambi, dell'1,6%, dei negozi di articoli sportivi e per hobby, dello 0,7%, e dei negozi di abbigliamento, dello 0,7%.

I dati sono rilevanti anche per gli operatori al di fuori della ristorazione: secondo l'associazione, i locali in cui si mangia e si beve costituiscono la componente principale del più ampio settore della ristorazione e dei servizi di ristorazione, rappresentandone circa il 72% delle vendite totali. Per le aziende e i distributori di bevande, le variazioni della spesa reale in bar e ristoranti possono fornire un'indicazione utile della potenziale domanda nel canale on-premise, anche per birra, vino e distillati, persino quando le vendite nominali continuano a crescere.

I dati di ottobre indicano che i consumatori continuano a spendere in ristoranti e bar, ma che parte della crescita apparente è dovuta ai prezzi e non a maggiori volumi. Questa distinzione resterà probabilmente importante per gli operatori e i fornitori nel

valutare se il recente slancio delle vendite potrà proseguire fino alla fine dell’anno.