vinetur

Nel primo semestre del 2026 sono aumentati i clienti nei ristoranti italiani con un conto medio superiore a 35 euro

Secondo TradeLab, le visite ai ristoranti con conto medio superiore a 35 euro sono cresciute del 3,2%, mentre il settore ha perso lo 0,6%

domenica 22 novembre 2026



Nel primo semestre del 2026 il mercato della ristorazione in Italia si è contratto, ma i locali di fascia alta hanno seguito la tendenza opposta. Il divario tra la ristorazione di lusso e il resto del settore si è così ampliato, aumentando la pressione sugli operatori di fascia media e bassa.

Secondo i dati di monitoraggio dei consumi fuori casa di TradeLab, riportati da Ristoranti Web sabato 21 novembre, nei primi sei mesi del 2026 i ristoranti con un conto medio superiore a 35 euro hanno registrato un aumento del 3,2% delle visite. Nello stesso periodo, il mercato della ristorazione nel suo complesso ha segnato un calo dello 0,6%.

TradeLab ha riferito che la performance migliore è stata registrata nella fascia alta del mercato. Angela Borghi, responsabile delle attività commerciali per la divisione fuori casa di TradeLab, ha dichiarato a Ristoranti Web che i ristoranti di fascia media e bassa hanno perso tra il 2% e il 3% delle visite, mentre le pizzerie hanno chiuso il semestre con un modesto aumento dello 0,6%. I dati delineano un mercato in cui i consumatori non riducono la spesa in modo uniforme tra le diverse tipologie di locali. Al contrario, le visite si concentrano sempre più nei ristoranti in grado di sostenere una spesa media più elevata.

I dati suggeriscono che questo fenomeno incide soprattutto sugli operatori che puntano sui volumi anziché su prezzi premium. Un calo delle visite tra il 2% e il 3% può pesare direttamente sulle vendite dei ristoranti di fascia media e bassa, soprattutto se hanno meno margine per aumentare i prezzi o tutelare i margini. Al contrario, i ristoranti che propongono già conti superiori a 35 euro attirano più clienti anche mentre il mercato nel suo complesso si contrae.

I dati di TradeLab, citati da Ristoranti Web, mostrano inoltre che il segmento di fascia alta ha migliorato i risultati rispetto al 2025. In quell’anno le visite ai ristoranti di fascia alta erano aumentate del 2% rispetto all’anno precedente, contro un incremento dello 0,6% per il mercato della ristorazione nel suo complesso. TradeLab ha riferito che nel 2025 le visite a cena nei ristoranti di fascia alta erano cresciute ancora più rapidamente, del 2,8%, a conferma dell’importanza del pasto serale per questo segmento del settore.

La cena è rimasta centrale anche nel primo semestre del 2026. Secondo Ristoranti Web, la crescita delle visite ai ristoranti di fascia alta è stata trainata dalla cena, che TradeLab ha definito il momento di consumo più importante per il settore e quello con i tassi di crescita più elevati. La cena ha rappresentato il 52% delle visite totali nel segmento. Il monitoraggio di TradeLab ha inoltre rilevato che circa il 23% di tutte le visite a cena nei ristoranti si è concentrato in locali con un conto medio superiore a 35 euro, che hanno generato il 29,7% dei ricavi delle cene.

La ripartizione geografica delle visite mostra che il Sud ha rappresentato la quota più ampia, pari al 33% del totale per i ristoranti di fascia alta. Si tratta tuttavia di 5 punti percentuali in meno rispetto alla quota del Sud nel mercato della ristorazione nel suo complesso: un dato che suggerisce come la ristorazione di fascia alta sia relativamente meno concentrata nel Sud rispetto al totale delle visite ai ristoranti. Segue il Nord-Ovest, con il 26% delle visite, 3 punti in più rispetto alla sua quota nel mercato complessivo. Centro Italia e Nord-Est sono risultati vicini, rispettivamente con il 21% e il 20%.

La ripartizione demografica di TradeLab indica che i clienti tra i 45 e i 54 anni rappresentano il pubblico principale per le cene nei ristoranti con conti superiori a 35 euro, con il 24% delle visite totali. Seguono i clienti tra i 55 e i 64 anni, con il 19%, e quelli tra i 35 e i 44 anni, con il 18%. La ripartizione per genere mostra una quota maggiore di clienti uomini, pari al 55% del totale dopo un aumento del 6,7% nel 2025, secondo i dati citati da Ristoranti Web.

Il rapporto offre anche uno spaccato di ciò che i clienti hanno ordinato a cena in questo segmento. I secondi sono stati ordinati leggermente più spesso dei primi e degli antipasti, mentre i dessert sono rimasti indietro. I primi hanno registrato la crescita più marcata, con un aumento degli ordini del 13% rispetto all’anno precedente: un segnale che, anche in una fascia di mercato caratterizzata da una spesa più elevata, le scelte dei clienti all’interno del pasto continuano a cambiare.