vinetur

L’86% dei gruppi della ristorazione organizzata in Spagna prevede di aprire nuovi locali nel 2027

Più della metà prevede di aumentare il personale, dopo il calo dei margini segnalato da molti nell’ultimo anno

mercoledì 25 novembre 2026



La maggior parte dei gruppi della ristorazione organizzata intervistati in Spagna prevede di aprire nuovi locali nel 2027, nonostante molti dichiarino che i margini hanno subito pressioni negli ultimi 12 mesi.

Secondo i dati riportati martedì 24 novembre dalla pubblicazione di settore InfoHoreca, l'86% dei gruppi di ristorazione intervistati ha dichiarato di voler aprire nuovi locali nel 2027 e il 58% prevede di aumentare il personale. I dati provengono dall'Observatorio de la Restauración de Marca 2026-2027, uno studio presentato con la partecipazione di Marcas de Restauración, KPMG e Circana.

L'indagine ha coinvolto 43 gruppi di ristorazione in Spagna che, secondo la presentazione dello studio citata da InfoHoreca, gestiscono quasi 5.800 locali e generano un fatturato superiore a 7,8 miliardi di euro. I risultati offrono quindi un'indicazione ampia su una parte consistente del settore della ristorazione organizzata del Paese, ma non rappresentano una misura dell'intero mercato spagnolo della ristorazione.

I risultati indicano che i piani di espansione proseguono in un settore sottoposto a pressioni sulla redditività. Il 96% dei gruppi intervistati prevede un aumento delle vendite, ma più della metà ha dichiarato che i propri margini sono diminuiti nell'ultimo anno. Questa combinazione suggerisce che molti operatori ritengono che la domanda resterà abbastanza solida da sostenere la crescita, anche se l'aumento dei costi o la concorrenza sui prezzi continuano a limitare i profitti.

La distanza tra le attese di crescita delle vendite e l'indebolimento dei margini è significativa, perché l'indagine rileva intenzioni e non risultati aziendali già conseguiti. Le aperture previste non corrispondono a locali già approvati o avviati, così come le assunzioni attese non rappresentano posti di lavoro già creati. I dati mostrano invece come i grandi operatori si stiano preparando al 2027 dopo un anno in cui molti hanno segnalato una riduzione del margine tra ricavi e costi.

Anche la tecnologia sta assumendo un ruolo più rilevante in questa strategia. Dall'indagine emerge che il 51% dei gruppi ha già introdotto o ampliato l'uso dell'intelligenza artificiale in diverse aree della propria attività. Tra gli ambiti citati figurano le previsioni della domanda, la gestione dei team e la fidelizzazione dei clienti.

Il dato segnala un passaggio, nel settore, dalla sperimentazione degli strumenti digitali al loro impiego nelle attività quotidiane legate al personale, agli acquisti e alla clientela abituale.

I risultati dell'indagine non quantificano il risparmio generato da questi sistemi di IA né il loro eventuale contributo all'aumento delle vendite. Il materiale citato da InfoHoreca non ha inoltre fornito dati storici direttamente comparabili con quelli dell'indagine precedente, limitando la possibilità di misurare su basi omogenee come siano cambiate nel tempo le aspettative di espansione o l'adozione tecnologica.

Le risposte suggeriscono comunque che i grandi operatori della ristorazione in Spagna stanno cercando di conciliare la crescita con condizioni economiche più difficili. L'apertura di nuovi locali resta una priorità per la grande maggioranza dei gruppi intervistati e più della metà prevede di assumere personale: un segnale di fiducia nella domanda dei consumatori e nella capacità del settore di continuare a crescere in scala.

Al tempo stesso, le pressioni sui margini segnalate da molti intervistati mostrano che la crescita, da sola, non risolve le difficoltà finanziarie del settore. I gruppi di ristorazione possono registrare vendite in aumento e al contempo ottenere rendimenti più contenuti se i costi del lavoro, degli alimenti, degli affitti, dell'energia o dei finanziamenti crescono più rapidamente dei ricavi. Il maggiore ricorso all'IA nella pianificazione e nelle attività operative può riflettere tanto la volontà di aumentare l'efficienza quanto quella di modernizzarsi.

Poiché il campione comprende solo 43 gruppi organizzati, i dati vanno letti come uno spaccato del segmento della ristorazione di marca, non come un quadro completo del settore spagnolo, che include anche operatori indipendenti con strutture di costo e possibilità di crescita diverse. In questo segmento, tuttavia, l'indagine indica che l'espansione resta la strategia dominante per il 2027, affiancata da assunzioni e investimenti tecnologici nonostante la minore redditività.