vinetur

Le vendite da asporto dei ristoranti britannici in calo per il 19° mese consecutivo a ottobre

Le consegne a domicilio sono cresciute del 5,3%, portando le vendite comparabili per il consumo a casa a +1,5%, ben al di sotto del 10,8% trainato dall’espansione

giovedì 26 novembre 2026



A ottobre i gruppi della ristorazione britannici hanno continuato a registrare una netta divergenza tra la domanda di consegne a domicilio e quella di asporto: le vendite degli ordini ritirati dai clienti o acquistati da asporto sono calate per il 19° mese consecutivo, mentre le consegne a domicilio hanno continuato a crescere.

I dati diffusi da NIQ giovedì 26 novembre attraverso il suo Hospitality at Home Tracker mostrano che a ottobre le vendite comparabili per consegne e asporto, considerate insieme, sono cresciute dell'1,5% in Gran Bretagna rispetto a ottobre 2025. Il dato è inferiore all'aumento del 2,3% registrato a settembre: un rallentamento di 0,8 punti percentuali.

L'aumento complessivo è stato trainato dalle consegne. Le vendite degli ordini recapitati a domicilio sono cresciute del 5,3% rispetto a un anno prima. Al contrario, le vendite da asporto e per ritiro sono diminuite del 7,3%, prolungando la lunga serie di cali in questo canale.

I dati riguardano le vendite nominali dei gruppi della ristorazione partecipanti, calcolate a parità di perimetro: il confronto considera quindi le stesse attività e non include la crescita dovuta all'espansione. NIQ ha dichiarato che i canali per il consumo fuori sede monitorati nel rapporto rappresentavano il 21,2% della spesa nei ristoranti del campione.

Il dato di ottobre indica che la domanda di ristorazione al di fuori dei locali continua a crescere in termini monetari, ma a un ritmo più lento rispetto all'inizio dell'autunno e con un netto squilibrio tra i due canali principali. Le consegne continuano a sostenere il mercato, mentre l'asporto è sotto pressione da oltre un anno e mezzo.

NIQ ha inoltre distinto la crescita comparabile dall'aumento dovuto all'espansione. Includendo le nuove aperture di ristoranti e i servizi aggiuntivi, le vendite totali per il consumo a casa sono cresciute del 10,8% a ottobre rispetto a un anno prima. La differenza tra l'aumento complessivo del 10,8% e quello comparabile dell'1,5% indica che gran parte della crescita riportata dal settore è derivata dall'apertura di nuovi locali o dall'ampliamento delle attività, piuttosto che da vendite più forti nei punti vendita già esistenti.

Secondo il rapporto, l’aumento dell’1,5% a parità di perimetro è stato inferiore al tasso generale d’inflazione al consumo in Gran Bretagna, pari al 3,6% e citato dalla fonte. NIQ ha osservato che il confronto non va considerato una misura dei volumi di vendita, poiché il tracker rileva i ricavi nominali, non il numero di ordini o la quantità di cibo venduta. Il divario mostra comunque che la crescita dei ricavi in questi canali non ha tenuto il passo con l’aumento generale dei prezzi al consumo.

Gli ultimi risultati si aggiungono agli elementi che indicano come il comportamento dei consumatori nel mercato della ristorazione britannico resti disomogeneo. Gli ordini con consegna a domicilio continuano ad attirare spesa e aiutano le catene a mantenere una certa crescita al di fuori dei locali. I clienti che ritirano il cibo o lo acquistano da asporto, invece, hanno ridotto gli acquisti a sufficienza da mantenere questo segmento del mercato in una fase di contrazione prolungata.

L’Hospitality at Home Tracker si basa sui gruppi della ristorazione a gestione diretta che partecipano alla rilevazione in Gran Bretagna e monitora le vendite destinate al consumo fuori dai locali. I dati di ottobre mostrano che questi canali restano una componente importante dell’attività e rappresentano oltre un quinto della spesa dei clienti nelle aziende coinvolte nell’indagine. Indicano però anche che la crescita dipende sempre più dalle consegne e dall’espansione commerciale, anziché da un miglioramento diffuso nelle attività già esistenti.