TheFork: nel 2023 crescono le nuove aperture nella ristorazione. Sul podio Torino, Monza e Milano

20240311161602hefork-7e1ee450

Il 2023 ha segnato un **saldo positivo** per le nuove aperture di **attività di ristorazione**, con una distribuzione territoriale equilibrata tra Nord e Sud. I dati emergono da un recente studio di TheFork condotto in collaborazione con Format Research, che rimarca la **diminuzione delle chiusure di attività,** un conseguente **aumento delle nuove aperture** con somministrazione - il saldo era di +787 a fine anno - e una parallela **crescita delle prenotazioni online** nei ristoranti.

L'aumento si registra in tutte le regioni italiane, particolarmente nel Sud Italia. **Napoli, Roma e Milano** sono tra le province che hanno mostrato la **maggiore crescita percentuale**, a conferma dell'aumento dell'interesse dei consumatori per la cucina locale e l'esperienza gastronomica. Il maggior incremento nel numero delle prenotazioni invece è stato registrato **nel mese di luglio.**

Per quanto riguarda le nuove aperture con somministrazione, Format Research ha rilevato la percentuale più alta a **Torino** (12,0%), seguita da **Monza** con una crescita significativa del 10,7% rispetto all'anno precedente. A salire sul podio è anche **Milano**, che ha registrato un incremento dell'8,8% aggiudicandosi la medaglia di bronzo. Crescita positiva dell'offerta, anche se più modesta, per **Palermo** (4,8%), **Napoli** (2,6%) e **Bologna** (2,3%). Nel complesso, queste tendenze riflettono la crescente possibilità di scelta per i consumatori e di conseguenza una **maggiore competitività del mercato della ristorazione italiana.**

LE ABITUDINI DI CONSUMO DEGLI ITALIANI

Dai dati raccolti da TheFork si evincono anche le **preferenze dei consumatori italiani** sulle abitudini relative al mangiare fuori casa. Il weekend rimane il momento preferito per uscire a condividere un

pasto in compagnia: il **sabato è il giorno più popolare** per recarsi al ristorante (26%), seguito dal **venerdì** (18%) e dalla **domenica** (17%).
La **cena** resta il pasto favorito da consumare al ristorante, prenotato più frequentemente dal 76% degli utenti contro il 24% di chi ha optato per il pranzo. La maggioranza degli utenti **prenota poche ore prima del pasto** con una media di 6,8 ore di anticipo, con il 42% che effettua la prenotazione entro 4 ore dalla visita al ristorante. Per quanto riguarda l'orario del pasto, il 72% delle persone prenota per andare a mangiare **tra le 19 e le 21**. La dimensione dei tavoli prenotati varia, con una media di 2 coperti a prenotazione, dove la maggioranza dei commensali (56%) spende **tra i 25€ e i 40€**, mentre il 33% degli utenti rimangono sotto i 25€. Il 7% afferma di spendere tra i 30€ e i 40€, e **solo il 4% dichiara una spesa maggiore di 50€.**

La maggior parte delle prenotazioni (89%) è stata effettuata tramite applicazione mobile, mentre solo il 4% da desktop. Infine **cresce la predisposizione degli utenti a inviare dei feedback** al termine della visita al ristorante, con il 43% che ha lasciato una valutazione post pasto e quasi il 20% che ha anche condiviso una recensione.

L'INFLUENZA TURISTICA

Gli utenti internazionali rappresentano il 15% delle prenotazioni, un dato in linea col 2022, con **Francia, Regno Unito e Germania** tra i principali Paesi di provenienza. Le destinazioni più prenotate dai turisti internazionali invece sono state **Roma, Firenze e Milano**. Questi dati evidenziano **l'importanza del turismo internazionale** e locale per il settore italiano della ristorazione, così come la varietà delle sue destinazioni turistiche.

"Dopo le difficoltà post-pandemiche e le più recenti sfide legate all'inflazione, ***il settore della ristorazione sta riprendendo vigore****. Le persone sono tornate a frequentare i ristoranti alla ricerca di un'esperienza di valore e i dati e le tendenze registrate pongono le basi per un solido 2024. Certamente il* ***mercato è altamente competitivo*** *e, proprio per questo, agire con consapevolezza e attenzione verso temi come l'innovazione, il marketing, la gestione o la digitalizzazione può fare la differenza"* ha commentato **Carlo Carollo**, Country Manager di TheFork.