Capodanno, al ristorante il cenone vale 439 milioni

20251229152749ristorante

Porta con sé buone notizie per il fuori casa la notte di San Silvestro. L’attesissima serata del 31 dicembre si preannuncia come un momento di grande attività per le imprese della ristorazione italiana, che raccolgono il crescente desiderio degli italiani di festeggiare l’arrivo del nuovo anno fuori dalle mura domestiche. Secondo un’indagine dell’Ufficio Studi di **Fipe-Confcommercio**, saranno 4,6 milioni i clienti degli oltre 76.500 ristoranti aperti per l'occasione. Un incremento dell’8,5% rispetto al 2024 dovuto principalmente al maggior numero di esercizi aperti (57,2% vs il 52,9% dello scorso anno). Si stima una spesa di 439 milioni di euro in crescita del 9,7% sul cenone del 2024.

FIPE fa sapere che **la spesa media sarà di 94 euro** per il solo cenone e di 120 euro se si sceglie la formula cenone+veglione che si troverà nel 21,7% dei ristoranti. Qui l’esperienza gastronomica sarà accompagnata da momenti di spettacolo e musica. Le proposte si differenziano in un panorama estremamente variegato, con la compresenza di diverse tipologie di locali: ristoranti, lounge bar, discoteche, club, oltre ai numerosi eventi in piazza. Per il tradizionale brindisi di mezzanotte, i clienti dei ristoranti faranno saltare circa 1,3 milioni di tappi, con una netta preferenza per le bollicine italiane. Lo spumante avrà infatti l’esclusiva nel 73,6% dei locali, mentre il 23,4% degli esercizi darò anche l’alternativa delle bollicine francesi. Solo nel 3,1% dei ristoranti si brinderà al nuovo anno esclusivamente con champagne.

«*L’aumento della clientela nei ristoranti per la notte di San Silvestro va interpretato alla luce dei profondi cambiamenti che attraversano la società* - commenta **Lino Enrico Stoppani**, president e FIPE -. *Pur in un quadro economico ancora complesso, le famiglie approfittano delle festività per liberarsi dagli impegni quotidiani e, dunque, anche dall’incombenza di organizzare un appuntamento conviviale come quello del cenone dell’ultimo dell’anno, scegliendo la soluzione del ristorante. D’altra parte abbiamo un’offerta fortemente diversificata e per questo accessibile alle diverse capacità di spesa della clientela. Con questa prospettiva positiva, si chiude un anno non particolarmente brillante per il settore, con il calo delle presenze e la sostanziale tenuta del valore nominale dei consumi,*

valorizzato, però, dal riconoscimento per la cucina italiana del titolo di Patrimonio dell'Umanità sotto l'egida dell'Unesco».