La cucina italiana vale 253 miliardi nel mondo, ma il vero margine di crescita è nelle catene

La cucina italiana continua a essere la più attrattiva al mondo, ma il dato più interessante riguarda il modello di business. Secondo il Deloitte Foodservice Market Monitor 2026, rilanciato da **Forbes,** il valore della cucina italiana a livello globale ha raggiunto 253 miliardi di euro, pari al 19% del mercato mondiale dei ristoranti full service. Parallelamente, il mercato italiano del foodservice vale 84 miliardi di euro, collocando il Paese al sesto posto nel ranking internazionale. Il report evidenzia però un cambiamento strutturale. Dopo il recupero post-pandemico, la crescita mondiale della ristorazione si concentra sempre più nei format organizzati e scalabili. Anche in Italia aumentano le operazioni di consolidamento e il peso delle catene, pur partendo da una situazione molto diversa rispetto ai principali mercati internazionali: le insegne organizzate rappresentano infatti solo l'11% del settore, contro una media globale del 35%.

Resta dominante il ristorante tradizionale, che genera circa metà del valore complessivo del mercato italiano, ma le prospettive di sviluppo indicano nei quick service restaurant il segmento più dinamico dei prossimi anni. È una trasformazione che interessa sia gli investitori sia gli operatori del fuori casa, sempre più orientati verso modelli capaci di coniugare standardizzazione, efficienza e possibilità di espansione. Più che celebrare l'ennesimo successo della cucina italiana, il rapporto suggerisce quindi una riflessione diversa: il valore del Made in Italy è ormai consolidato, mentre la vera partita si gioca sulla capacità di trasformare questa reputazione in imprese scalabili. Un tema che approfondiamo nell'ultimo numero di **Mixer**, dedicato a come il private equity stia premiando i format capaci di coniugare identità, processi replicabili e scalabilità.