Ristorazione, il mercato tiene. Ma non tutti i ristoranti

Gli italiani tagliano la spesa alimentare, ma continuano a frequentare bar e ristoranti. Secondo i dati Istat, il 30% delle famiglie ha ridotto la spesa per il cibo rispetto all'anno precedente. Eppure, come racconta **Il Sole 24 Ore**, le stime Tradelab indicano per il 2026 consumi fuori casa sostanzialmente stabili a 102 miliardi di euro, ben al di sopra degli 85 miliardi del periodo precedente alla pandemia. Dietro la tenuta complessiva si nascondono però andamenti molto diversi. Il turismo, sia internazionale sia interno, continua a sostenere il settore, mentre la fascia medio-bassa perde terreno e quella medio-alta cresce. Una polarizzazione che premia i locali capaci di offrire un'esperienza riconoscibile e di giustificare il prezzo richiesto. Anche i risultati delle catene mostrano una differenza significativa. Secondo Deloitte, nel 2025 il giro d'affari di casual dining e fast food in Italia è aumentato del 6%, contro lo 0,4% della ristorazione tradizionale full service. Dati espressi a valori correnti, che quindi non rappresentano necessariamente una crescita equivalente dei consumi reali. Carlo Carollo, country manager Italia di TheFork, sottolinea che le prenotazioni tengono. Uno studio Kantar commissionato dalla piattaforma rileva che l'86% degli italiani va al ristorante almeno una volta al mese. Ma chi sceglie di spendere di più pretende un servizio accurato, un ambiente memorabile e piatti che difficilmente preparerebbe a casa. Per i ristoratori diventano quindi decisive sia la riconoscibilità dell'offerta sia la capacità di gestire prenotazioni, prezzi e mancate presentazioni dei clienti. Il quotidiano affronta questi temi in occasione degli ottavi TheFork Awards, assegnati il 27 ottobre. Il riconoscimento nazionale People's Choice è andato a 142 Restaurant di Milano, mentre Antesi a Firenze e Baccanti a Matera hanno ottenuto i premi per le rispettive aree geografiche.