

Ristorazione: Deloitte, la cucina italiana nel mondo cresce all'11% e ora vale 228 miliardi

Il mercato nazionale della ristorazione cresce a 75 miliardi

- *A livello globale, il mercato della ristorazione torna ai livelli pre-pandemia con un giro d'affari di 2,6 trilioni di euro nel 2022*
- *Nel mondo, il Delivery ha aumentato la sua quota di mercato totale passando dal 5% al 19% (2016 vs 2022)*
- *Tra i Full Service Restaurants l'Italia è oggi il sesto mercato mondiale in termini di dimensioni e il primo Paese in Europa per numero di ristoranti*

Milano, 11 ottobre 2023 – Il **mercato della ristorazione** a livello **globale** nel 2022 ha raggiunto i **2,6 trilioni di euro** riallineandosi ai valori pre-pandemia, mentre riprende la **crescita a doppia cifra (+11%) della cucina italiana nel mondo**, che registra un valore complessivo di **228 miliardi**. In Italia, i ristoranti “Full Service” rappresentano la metà del mercato, un dato che ci rende il primo Paese europeo per dimensioni in questo segmento. Queste le principali evidenze dell'edizione 2023 del report **Foodservice Market Monitor** “Frontiere evolutive per il settore del Foodservice”.

“La ristorazione si conferma un comparto sempre più importante per l'intera filiera del food. Le imprese di questo settore, per continuare a crescere, dovranno innovare il loro modello di business mettendo i consumatori e la sostenibilità al centro. Un ulteriore salto di qualità del Foodservice non può prescindere dalla coesione tra i diversi attori della filiera, tramite aggregazioni e partnership che valorizzino il territorio e le sue eccellenze imprenditoriali” – ha commentato **Tommaso Nastasi, Partner e Value Creation Service Leader di Deloitte Italia**.

La cucina italiana continua a crescere nel mondo

La cucina italiana nel mondo ha raggiunto un valore complessivo di **228 miliardi**, riallineandosi ai valori pre-pandemia (236 miliardi nel 2019), registrando una **crescita a doppia cifra (+11%)** rispetto all'anno precedente. A livello globale, la cucina italiana presenta una significativa penetrazione (19%) nel mercato dei ristoranti tradizionali. I ristoranti di cucina italiana sono principalmente posizionati nel mondo come “Value-for-money” (ovvero quelli che presentano un buon rapporto qualità-prezzo), mentre i Paesi asiatici risultano avere la maggiore incidenza di ristoranti italiani “Premium Price”.

Ristorazione: il Delivery sempre più influente

Il “**Delivery**” ha aumentato la sua share sul mercato totale passando **dal 5% al 19%** (2016 vs 2022), grazie a una crescita significativa per il sesto anno consecutivo, mentre il segmento “**Travel**” è quello che ha evidenziato la crescita maggiore (+43% YoY 21-22).

Asia Pacifico la regione trainante, seguono Nord America ed Europa

La regione **Asia Pacifico** rappresenta il **41%** del totale del mercato della ristorazione, seguita da **Nord America (27%)** ed **Europa (19%)**. Secondo le stime di Deloitte, il mercato mondiale del Foodservice continuerà a crescere nei prossimi anni, con un CAGR (tasso di crescita annuo) '22-'27 del +4,5%, principalmente trainato dai Paesi asiatici (+6,4%), che consolidano la propria posizione dominante sul mercato. Nord America ed Europa dovrebbero crescere ad un tasso inferiore rispetto al mercato globale, rispettivamente con un CAGR '22-'27 di + 2.5% e +2.8%. I ristoranti “Full Service”, infine, continueranno a essere la tipologia prevalente nei prossimi anni, con un CAGR '22-'27 di +4.7%. Le crescite maggiori si osservano comunque per caffè e bar, con un CAGR '22-'27 prospettico di +4.8%.

Italia primo Paese in Europa per numero di ristoranti tradizionali

Analizzando il mercato globale per tipologia di ristorante, il Foodservice è costituito principalmente da ristoranti “Full Service” (i ristoranti “tradizionali”), che rappresentano il 46% del totale, con un’elevata concentrazione in 10 Paesi che coprono il 78% del mercato totale. In Italia, i **ristoranti “Full Service”** rappresentano la metà del mercato, un dato che ci rende il **primo Paese europeo** per dimensioni in questo segmento.

“La pandemia – aggiunge Nastasi – ha modificato i gusti dei consumatori che sono sempre più attenti ai temi legati alla sostenibilità, mostrando maggior interesse verso le soluzioni Plant-Based e ai prezzi, per via della forte inflazione registrata nel 2022. Anche la diffusione del lavoro ibrido ha sensibilmente modificato le abitudini dei consumatori, che prediligono consumare pasti fuori casa nell’orario serale piuttosto che a pranzo. Infine, la ripresa del turismo ha dato un notevole contributo alla ripresa del mercato della ristorazione, aumentando i flussi di visitatori, più propensi a spendere. Per adeguarsi alle mutate preferenze dei consumatori, gli operatori stanno adattando la loro value proposition sia in termini di innovazione di prodotti, per esempio introducendo più opzioni vegetariane e Plant-Based, che di customer experience, attraverso l’uso di strumenti digitali”.

Il peso delle catene cresce nel mondo post-pandemico

Se le catene pesano un terzo del mercato totale del Foodservice nel mondo, mostrando una crescita a doppia cifra nel 2022 (+19,4%), principalmente trainate dal Nord America, in Italia, l’incidenza è notevolmente inferiore, rappresentando solo il 9% del totale nel 2022, nonostante il notevole incremento evidenziato nell’ultimo anno (+44,4%), in cui si è osservata una significativa riduzione dei ristoranti indipendenti, gravemente colpiti dalle restrizioni della pandemia.