

## **Distribuzione Moderna specializzata, consumi fuori casa e cucina italiana: un valore per il Made in Italy**

*Il mercato dei consumi fuori casa supera i 100 miliardi di euro e 10 miliardi di occasioni di consumo.*

*Cresce la ristorazione di fascia medio-alta e più di un italiano su due pensa che dovrebbe puntare maggiormente sui piatti della cucina italiana.*

Milano, 9 ottobre 2026 – Le imprese della **Distribuzione Moderna specializzata** sostengono la filiera dei consumi fuori casa degli italiani, un mercato che nel 2025 ha raggiunto i **102 miliardi di euro di sell-out**, con oltre **10 miliardi di occasioni di consumo annue** nelle quali si registra una **crescita del pranzo (+1,7%)**, mentre restano in difficoltà l'**aperitivo serale (-3,1%)** e i consumi dopo cena. Il turismo, nazionale e internazionale, rappresenta complessivamente il 22% dei consumi fuori casa, pari a 23 miliardi di euro: nel 2025 il solo **turismo straniero** ha generato **11 miliardi di euro, in crescita del 7%** rispetto al 2024 mentre il **turismo italiano** ha toccato i **12 miliardi di euro (+3%)**. A livello di canali, si arresta la crescita della ristorazione commerciale in catena (0%), mentre la ristorazione indipendente è sostanzialmente stabile ma sempre più polarizzata: **i ristoranti di fascia medio-alta crescono del 2,9%**, mentre quelli di fascia bassa sono in calo. **Più di un italiano su due** ritiene che la **ristorazione dovrebbe puntare maggiormente sui piatti della cucina italiana** per rendere più memorabile l'esperienza, mentre oltre il 70% dichiara di far proprie ricette tipiche italiane scoperte o riscoperte durante i pranzi e le cene fuori casa. Questi dati, elaborati da TradeLab per Federdistribuzione, evidenziano come il comparto dell'Away From Home, con le imprese e gli operatori specializzati, contribuisca a rafforzare il legame tra **produzione agroalimentare made in Italy, ristorazione, turismo e valorizzazione della cucina italiana**, riconosciuta dall'UNESCO come patrimonio culturale immateriale dell'umanità.

Le evidenze emerse dall'“**Osservatorio del mercato Away From Home**” sono state presentate oggi nel corso dell'evento di **Federdistribuzione** dal titolo “La Distribuzione Moderna al servizio dei consumi fuori casa. Mercato Ho.Re.Ca. e valore del Made in Italy”, ospitato e patrocinato dal **Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste**. L'incontro, che ha riunito i rappresentanti delle istituzioni e delle imprese della filiera, è stato aperto dagli interventi del **Ministro Francesco Lollobrigida** e di **Carlo Alberto Buttarelli, Presidente di Federdistribuzione**.

*“Il cibo e l'accoglienza si confermano il primo e più efficace strumento di conoscenza e valorizzazione delle eccellenze territoriali della nostra Nazione, guidando le scelte di chi acquista in Italia e nel mondo. Nel panorama della promozione territoriale e agroalimentare, il settore della ristorazione e dell'hotellerie riveste un ruolo strategico di primissimo piano. Chi consuma scopre e impara a conoscere un prodotto d'eccellenza proprio attraverso l'assaggio in un'esperienza culinaria, per poi ritrovarlo e acquistarlo nella rete di distribuzione classica. Un circolo virtuoso che vale per gli italiani ma che si rivela fondamentale per i turisti internazionali — sia in visita nella nostra Nazione, sia nei ristoranti italiani sparsi in tutto il mondo. Attraverso il talento dei nostri grandi chef e ristoratori, i viaggiatori hanno l'opportunità di gustare prodotti unici, scoprirne i segreti di lavorazione e risalire alle filiere di produzione”.* Ha dichiarato nel corso del suo intervento **Francesco Lollobrigida, Ministro dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste**.

*"Le imprese della distribuzione moderna specializzata, operanti anche attraverso il canale Cash&Carry, sostengono e valorizzano i consumi fuori casa degli italiani e contribuiscono alla competitività della ristorazione e all'attrattività turistica del nostro Paese", ha dichiarato **Carlo Alberto Buttarelli, Presidente di Federdistribuzione**. "I dati ci restituiscono un mercato che, pur mostrando alcuni segnali di rallentamento sul fronte delle visite, continua ad avere valori in crescita, con migliaia di operatori del settore impegnati ad adattare la propria capacità di offrire servizio per incontrare i gusti e le esigenze delle persone. È una filiera che sta cambiando e che richiede sempre più collaborazione e capacità di innovazione. In questa prospettiva, le imprese della Distribuzione Moderna specializzata mettono a disposizione competenze, capacità logistiche e servizi che supportano l'evoluzione del canale Ho.Re.Ca., sostenendo le imprese della ristorazione e favorendo una maggiore valorizzazione dei prodotti italiani. La crescita del turismo internazionale e l'attenzione sempre maggiore verso la cucina italiana, riconosciuta dall'UNESCO patrimonio culturale immateriale dell'umanità, rappresentano, inoltre, un'opportunità per rafforzare il legame tra territorio, produzione agroalimentare, distribuzione e ristorazione".*

L'evento, moderato dalla giornalista **Manuela Soressi**, ha ospitato un confronto sulle opportunità e sulle prospettive del canale Ho.Re.Ca., con un focus sull'evoluzione dei comportamenti e delle aspettative del consumatore e sulla necessità di costruire un'offerta capace di integrare qualità, servizio ed esperienza. Sono intervenuti: **Dario Cuccurullo**, Senior Channel & Customer Marketing Director di Campari, **Maurizio Danese**, Vicepresidente di Pregis, **David Martinez Fontano**, Amministratore Delegato di Metro e Presidente di Federdistribuzione Horeca, e **Roberto Calugi**, Direttore Generale di FIPE – Federazione Italiana Pubblici Esercizi.

*"Il canale Ho.Re.Ca. sta attraversando una fase di profonda evoluzione, in cui gli operatori chiedono ai propri partner non solo un'offerta ampia e qualificata, ma anche servizi, flessibilità e strumenti capaci di accompagnare la gestione quotidiana dell'attività. In questo scenario – ha affermato **David Martinez Fontano, Presidente di Federdistribuzione Horeca** – il distributore moderno specializzato può svolgere un ruolo sempre più importante, mettendo a disposizione degli operatori professionali assortimenti dedicati, soluzioni logistiche e servizi digitali. È un percorso che può contribuire a rendere la filiera più efficiente e competitiva, sostenendo al tempo stesso la valorizzazione delle eccellenze del Made in Italy".*

Il convegno ha inoltre ospitato un intervento di **Alessandro Borghese**, chef e conduttore televisivo, il quale ha condiviso una riflessione sul **ruolo dei consumi fuori casa nella cucina italiana**, sottolineando come tutto il settore svolga un ruolo importante nella valorizzazione delle eccellenze del Made in Italy, in particolare per chi, come i turisti stranieri, vive l'esperienza gastronomica come uno dei principali punti di contatto con il patrimonio agroalimentare e culturale del nostro Paese, con ricadute positive sulla promozione dei prodotti italiani e sulla conoscenza dei territori e delle loro tradizioni.

#### **Per ulteriori informazioni Federdistribuzione:**

Marco Magli – Direttore Comunicazione Tel. 02 89075150 [comunicazione@federdistribuzione.it](mailto:comunicazione@federdistribuzione.it)  
Alessandro Fuso – Ufficio Stampa\_Cell. 335-1046145 - [ufficiostampa@federdistribuzione.it](mailto:ufficiostampa@federdistribuzione.it)  
Noemi Cervi - Wonder Comunicazione Cell. 346-8433966 - [ufficiostampa@wondercomunicazione.net](mailto:ufficiostampa@wondercomunicazione.net)

**Federdistribuzione**, da oltre sessantacinque anni, riunisce e rappresenta le aziende della Distribuzione Moderna, alimentare e non alimentare, che operano con reti di negozi fisici e attraverso i nuovi canali digitali. Le imprese associate a Federdistribuzione realizzano un giro d'affari di oltre 96 miliardi di euro, con una quota superiore al 52% del totale fatturato della Distribuzione Moderna alimentare; hanno una rete distributiva di oltre 19.800 punti vendita, danno occupazione a più di 238.000 addetti. Federdistribuzione è operativa a livello locale, nazionale ed europeo con attività mirate a creare le migliori condizioni per favorire la crescita delle aziende e per contribuire allo sviluppo economico del Paese.

## **Sintesi dei dati**

### **Osservatorio del mercato Away From Home**

#### **TradeLab per Federdistribuzione**

Il mercato dei consumi fuori casa (Away From Home) in Italia ha superato quota **100 miliardi di euro di sell-out**, con oltre **10 miliardi di occasioni di consumo annue**. Il valore è cresciuto in modo pressoché continuo dal 2018, da 83 miliardi di euro fino ai **102 miliardi del 2025**, con l'eccezione per gli anni della pandemia. **Nei primi otto mesi del 2026** il mercato mostra una lieve contrazione: **le visite calano dell'1%**, dato parzialmente compensato dal **turismo straniero**, in flessione dello 0,6%.

La dinamica è riconducibile a due fattori principali: da un lato, **il calo del potere d'acquisto delle famiglie italiane**, dall'altro la **difficoltà di intercettare pienamente la domanda di un consumatore sempre più esigente**, disposto a spendere fuori casa quando trova un'offerta di qualità, capace di rispondere ai nuovi bisogni alimentari – guidati anche dalla ricerca di benessere, con una crescente attenzione a no/low alcol, prodotti light e free from – e un livello di servizio in grado di trasformare la visita in un'esperienza di valore.

**Il consumatore sta diventando quindi più selettivo.** A livello di occasioni di consumo, nei primi otto mesi del 2026 si conferma la crescita delle **visite a pranzo (+1,7%)**, mentre restano in difficoltà **l'aperitivo serale (-3,1%)** e i consumi dopo cena.

A livello di canali, si arresta la crescita della ristorazione commerciale in catena (0%), mentre la ristorazione indipendente è sostanzialmente stabile ma sempre più polarizzata: **i ristoranti di fascia medio-alta crescono del 2,9%**, mentre quelli di fascia bassa sono in calo. Un andamento che conferma la rilevanza della qualità, anche accessibile, come driver per la crescita del mercato. Dal punto di vista territoriale, Nord e Centro mostrano andamenti altalenanti, tra lievi variazioni positive e negative, mentre **Sud e Isole continuano a perdere visite (-3,9%)**.

**Il turismo**, sia italiano sia straniero, **rappresenta un fattore di sostegno per il mercato Away From Home**. Nel 2025 il mercato complessivo a sell-out, pari a 102 miliardi di euro, si compone per il **78% di consumi dei residenti**, pari a 79 miliardi di euro (+2%), e per il **22% di consumi turistici**, pari a 23 miliardi (+5%). All'interno della componente turistica, **i turisti stranieri pesano per 11 miliardi di euro**, in crescita del 7% sul 2024, mentre **i turisti italiani rappresentano 12 miliardi (+3%)**. Il turismo straniero risulta quindi la componente a maggiore crescita e il principale fattore in grado di attenuare la flessione del mercato domestico prevista per il 2026.

Il riconoscimento UNESCO della **cucina italiana come patrimonio culturale immateriale dell'umanità** rafforzerà nei prossimi anni il legame tra turismo straniero, domanda interna di consumi fuori casa e ristorazione. In particolare, la cucina italiana può agire come leva reputazionale capace di rafforzare l'attrattività turistica e più generale del food italiano, esercitando una pressione positiva sulla filiera ristorativa affinché offra un'esperienza coerente con il valore di questo patrimonio e in grado di soddisfare sia il consumatore straniero sia quello italiano. La ricerca, inoltre, evidenzia che **più di un italiano su due** ritiene che la **ristorazione dovrebbe puntare maggiormente sui piatti della cucina italiana** per rendere più memorabile l'esperienza, mentre oltre il 70% dichiara di far proprie ricette tipiche italiane scoperte o riscoperte durante i pranzi e le cene fuori casa.

La filiera del mercato Away From Home italiano è lunga e articolata. A livello intermedio operano circa **3.400 grossisti food&beverage e 368 Cash&Carry**, a cui si aggiungono le insegne

della GDO, alcune delle quali interessate a servire anche il segmento dei professionisti, e piattaforme digitali. A livello finale operano oltre **351.000 punti indipendenti** tra bar, ristoranti, pizzerie, take away, gelaterie, discoteche e hotel; a questi si aggiungono circa **12.500 punti di consumo** appartenenti a oltre 760 player della ristorazione commerciale. Sia tra gli operatori intermedi sia tra quelli finali, il mercato è interessato da una progressiva contrazione del numero di operatori e da una crescente concentrazione e polarizzazione dell'offerta.

Tra il 2019 e il 2025 sono uscite dal mercato **oltre 30.000 attività tra bar e ristoranti**, mentre tra il 2012 e il 2025 hanno chiuso oltre **1.250 operatori all'ingrosso**. Sempre più rilevante è il ruolo svolto dai **Cash&Carry**, che intermediano circa il **17% del sell-in food&beverage complessivo** e stanno attuando strategie di crescita orientate ai bisogni degli operatori del fuori casa, sia sul fronte dell'assortimento – con l'inserimento di linee professionali e formati dedicati – sia su quello dei servizi, dalla delivery agli strumenti digitali a supporto della gestione operativa del business.