

Spesa record ma meno visite al ristorante, l'analisi Circana in Europa

Metamorfosi europea del settore ristorativo: i dati Circana rivelano un panorama inedito presentato all'European Foodservice Summit 2025 di Amsterdam. La ristorazione nel Vecchio Continente attraversa un'era di profonda trasformazione, caratterizzata da nuovi paradigmi comportamentali post-pandemici. I clienti di Regno Unito, Germania, Francia, Italia e Spagna (denominati "Big Five") destinano budget maggiori alle esperienze culinarie fuori casa, riducendo però la frequenza delle visite. Questo segnala un mutamento consolidato nelle abitudini dei consumatori europei dopo l'emergenza sanitaria. Nel periodo giugno 2019-giugno 2025, la spesa dei consumatori per la ristorazione è cresciuta del 10%, toccando picchi storici, mentre il numero totale delle presenze si mantiene il 10% sotto i livelli pre-pandemia. Per gli operatori, la priorità non è più recuperare i volumi perduti, ma adeguarsi ai nuovi modelli che definiscono "quando", "dove" e "perché" le persone optano per mangiare fuori.

Divergenze nazionali significative caratterizzano i percorsi di ripresa europea. Il Regno Unito affronta le maggiori difficoltà, con presenze inferiori del 21% ai livelli pre-Covid. La Germania dovrebbe guidare la ripresa, con presenze stimate in crescita dell'1,6% entro il 2026, sostenute dalla forte adozione di prenotazioni online e delivery. Fino a giugno 2025, le presenze in Francia sono rimaste al 9% sotto i livelli pre-Covid del 2019, nonostante l'aumento della spesa media per occasione. L'Italia dimostra resilienza con appena il 4% di calo nello stesso periodo, come la Spagna che ha registrato la stessa diminuzione, probabilmente dovuta al più basso tasso di smart working (35%).

Si prevede inoltre che la Spagna si riprenderà più lentamente dalle attuali incertezze economiche e dal sentimento di scarsa fiducia, con una crescita prevista di appena lo 0,2% per il 2026. La cultura ristorativa europea evolve, con un divario crescente tra occasioni sociali condivise e visite individuali personalizzate. Un tempo insolito, mangiare da soli è diventato una scelta lifestyle, ridefinendo come e dove gli europei cenano, registrando forte espansione nei cinque grandi mercati europei. La spesa per le cene solitarie è aumentata del +153% tra il 2010 e il 2019, rappresentando ora il 15,6% delle visite ai ristoranti full-service, in crescita rispetto al solo 9,4% del 2016.

Questo deriva da stili di vita urbani, lavoro ibrido e caffè digital-first che normalizzano le occasioni del "tavolo per uno". Il Regno Unito guida questa trasformazione. Con il 54% degli adulti britannici (il tasso più alto in Europa) che lavorano part-time da casa, i pranzi di gruppo infrasettimanali cedono il passo a pasti individuali veloci. Nei centri urbani, i professionisti impegnati optano per sushi box, insalate e opzioni da asporto tra un meeting e l'altro, mentre gli operatori adattano layout, menu e sistemi di ordinazione per servire meglio le presenze individuali. Nel frattempo la ristorazione per occasioni sociali è in aumento, rappresentando il 31% di tutte le presenze nel corso dei 12 mesi fino a giugno 2025 (in aumento rispetto al 29,8% del 2021). Questo trend è guidato dall'Europa meridionale, con le sue serate di apericena e dai piatti da condividere tipici

loro spesa, cercando un buon equilibrio fra offerta e qualità senza sacrificare il livello di esperienza. Un'occasione su tre ora include una promozione o un menu combinato, in aumento dal 29,9% nel 2022 al 33,7% nel 2025.

Il delivery sta ridefinendo il modo di mangiare fuori casa in tutta Europa. In Germania e Francia la crescita a doppia cifra ha spinto la domanda oltre i picchi dell'era Covid. Per molti, mangiare "fuori" ora significa restare a casa, con due terzi delle occasioni di delivery che sostituiscono la cucina casalinga. Questa crescita è alimentata da aggregatori come Uber Eats, Deliveroo e Just Eat, che ora rappresentano il 3,7% di tutte le presenze nella ristorazione, con un quasi quadruplicamento della loro quota in Europa dal 2016. Mettendo centinaia di ristoranti su di un'unica piattaforma digitale, queste app stanno rimodellando l'esperienza con cui i consumatori scoprono, ordinano e gustano i pasti, alimentando al contempo la crescita di promozioni, offerte combinate e programmi fedeltà. Il cambiamento delle abitudini alimentari sta ridisegnando menu e tendenze nel settore delle bevande. Il consumo di bevande alcoliche è diminuito del 7% su base annua nei 5 grandi mercati europei durante la prima metà del 2025 rispetto allo stesso periodo del 2024, mentre le alternative analcoliche sono aumentate del 2%. Nello stesso periodo, il consumo di acqua del rubinetto è cresciuto del 5%, mentre l'acqua in bottiglia è aumentata solo dell'1%. L'analisi di Circana evidenzia un mercato frammentato e pieno di opportunità. Gli operatori che avranno successo saranno quelli che adotteranno strategie basate sul valore, investiranno nel digitale e nel delivery, e si adatteranno ai cambiamenti nelle priorità legate alla salute e allo stile di vita, personalizzando al contempo gli approcci in base alle abitudini locali.