

Linearis

RISTORAZIONE IN SVIZZERA · OTTOBRE 2026

Ristoranti

37% / 44%

Costi del personale in percentuale delle vendite: gruppi di ristoranti rispetto ad un ristorante indipendente[1,2]

CHF 1,1 mln

Fatturato oltre il quale più della metà dei ristoranti riescono a dare al titolare un reddito soddisfacente[2]

+56%

Vendite per punto vendita di dieci, una catena di pizzerie che ha aggiunto alla sua offerta la consegna a domicilio[1]

59% / 48%

Locali ancora aperti dopo cinque anni a Zurigo: aperti da gruppi rispetto a indipendenti[3]

CONSUMO / RETAIL / HOSPITALITY

01
Sette punti **di costi del personale**

I ristoranti nel loro complesso, non considerando nella categoria l'asporto e il fast food, hanno perso circa il 3% dei loro punti vendita dal 2018 al 2024, anno degli ultimi dati statistici disponibili, passando da 15'655 a 15'219.[4] In questo tipo di attività la redditività del punto vendita dipende da una gestione attenta dei costi, soprattutto del personale, che assorbe circa il 44% dei ricavi, e oltre il 50% se si conta anche uno stipendio di mercato per il titolare. In un ristorante medio, dopo i costi, gli ammortamenti, le imposte e gli stipendi, il risultato medio è un margine di profitto di circa -5,6%. Solo oltre CHF 1,1 milioni di fatturato più della metà dei ristoranti dà al titolare un reddito soddisfacente (tabella 1).[2]

TABELLA 1 **Ristoranti: struttura dei costi e redditività, 2024**

Struttura dei costi, % dei ricavi		Il titolare ottiene un reddito soddisfacente	
Personale, compreso lo stipendio del titolare	51,4%	Fatturato inferiore a CHF 550'000	circa 4 su 10
Merci	26,2%	CHF 550'000 – 1,1 milioni	circa 5 su 10
Altri costi d'esercizio (affitto, energia, manutenzione)	26,2%	Oltre CHF 1,1 milioni	55%
Finanziamento, ammortamenti e imposte	1,8%	Ristoranti pienamente redditizi*	44,9%
Margine di profitto	**-5,6%**	**Fatturato per posto e per anno**	**CHF 13'747**

Ristoranti senza alberghi. *Dopo aver pagato al titolare uno stipendio di mercato e gli interessi sul capitale proprio. Fonte: GastroSuisse Branchenspiegel 2026 (dati 2024), come riportato da Promptus.

In un contesto fortemente competitivo la sola differenziazione spesso non è sufficiente, e ne è la prova il fatto che alcuni ristoranti di alto livello si appoggiano ad alberghi o ad altre strutture per coprire i costi.[5] In generale sono l'ottimizzazione delle funzioni e le economie di scala a permettere ai brand di questo settore di essere redditizi, come fanno quelle attività che riescono ad avere più locali centralizzando acquisti, ricette, formazione e parte della gestione, il che consente di abbassare i costi lasciando eventualmente a ogni ristorante la propria cucina e il proprio carattere. «Standardizzare dietro le quinte, dove l'ospite non se ne accorge, e progettare su misura ciò che l'ospite percepisce», ha detto Rudi Bindella, il cui gruppo gestisce più di quaranta ristoranti.[6] Bindella e Wiesner, con Nooch e Negishi, vendono circa CHF 3,7 e 3,1 milioni per ogni locale, contro circa 1 milione per un ristorante indipendente, pari a circa CHF 164'000 per ETP (dipendente a tempo pieno), circa il 17% in più di un ristorante indipendente (circa CHF 140'000) (tabella 2).[1,2]

TABELLA 2 **Gruppi di ristoranti e ristorante indipendente, 2023**

	Vendite per punto vendita, mln CHF	Vendite per ETP, migliaia di CHF	Costi del personale, % delle vendite
Bindella	3,7	164	circa 37%
Wiesner (Nooch, Negishi)	3,1	163	circa 37%
Ristorante indipendente	circa 1,0	circa 140	43,7%

Costi del personale a CHF 61'000 per ETP (UST). Ristorante indipendente: GastroSuisse Branchenspiegel 2026; vendite = fatturato per giorno di apertura × giorni di apertura (3'857 × 258); personale 43,7% delle vendite, circa 7,1 ETP (stima). Fonti: foodservice, Top 42, 2023; Promptus, 2026.

Un ristorante indipendente spende in personale circa il 44% delle vendite, senza contare lo stipendio del titolare, un gruppo circa il 37%. Quei sette punti bastano a cambiare il risultato: il ristorante medio perde il 5,6% delle vendite, e con i costi del personale di un gruppo chiuderebbe in leggero utile.[7] I locali aperti da brand organizzati come gruppi hanno inoltre un tasso di successo maggiore: a Zurigo il 59% di quelli aperti tra il 2014 e il 2020 era ancora in attività cinque anni dopo, contro il 48% di quelli aperti da ristoratori indipendenti.[3]

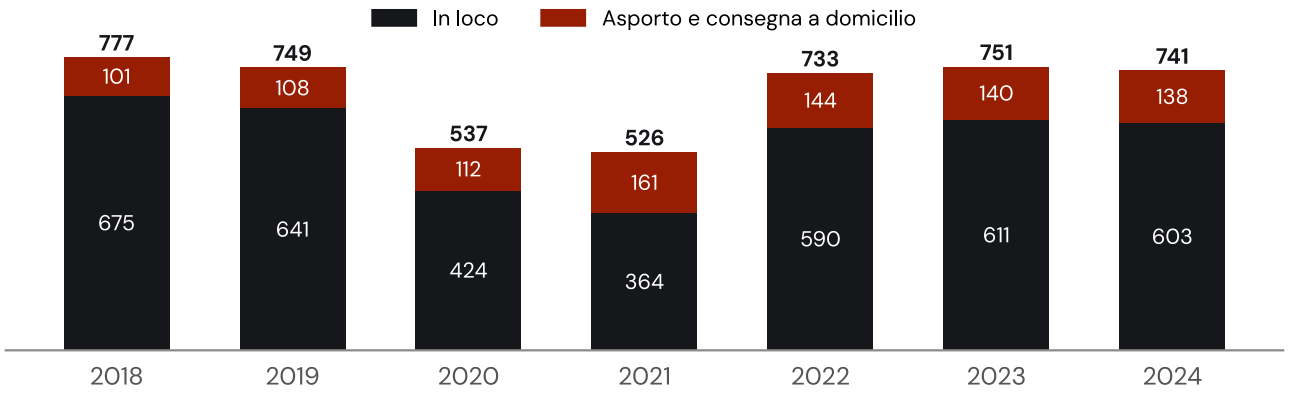
1 foodservice (dfv Mediengruppe), Top 42 Gastro-Unternehmen Schweiz 2023, Jahrbuch Ausser-Haus-Markt 2023/24 (via HORIZONT Schweiz, 21 ottobre 2024); alcuni valori stimati dall'editore; rapporti calcolati.
2 Promptus, Branchenkennzahlen Gastronomie Schweiz: Wo dein Betrieb wirklich steht (dati: GastroSuisse Branchenspiegel 2026, anno 2024), 6 agosto 2026.
3 Città di Zurigo, Stadtpolizei, Gastwirtschaftsbetriebe der Stadt Zürich (open data), gennaio 2026; analisi Linearis dei locali aperti tra il 2014 e il 2020, tutti i formati.
4 UST, Statistica strutturale delle imprese (STATENT), NOGA 561001, 2018–2024 (ristoranti 15'655 → 15'219); ripartizione tra ristoranti, caffetterie e fast food stimata con le quote di OpenStreetMap.
5 Blick, Immer mehr GaultMillau-Köche stellen ihren Herd ab: Was ist bei den Spitzenrestaurants los?, 31 ottobre 2025 (analisi della redazione, con dichiarazioni di B. Imhof, GastroSuisse, e U. Pfäffli, GastroZürich).
6 GastroJournal (C. Bürgi), Konzepte an die Kette legen, 12 aprile 2017 (R. Bindella).
7 Stima: costi del personale 43,7% delle vendite per il ristorante indipendente (GastroSuisse, 2026) e circa 37% per Bindella e Wiesner (Top 42, 2023, a CHF 61'000 per ETP, UST); margine di profitto medio -5,6% dopo tutti i costi (GastroSuisse, 2026). Le due basi differiscono nel modo di contare lo stipendio del titolare.

02
Oltre i posti a sedere: **asporto e consegna a domicilio**

Oltre al controllo dei costi, il risultato di un ristorante dipende anche da quanto riesce a sfruttare la sua cucina. Le vendite sono limitate dal numero di posti e dalle ore di domanda, mentre i costi del personale e delle attrezzature corrono per tutta la giornata di apertura.

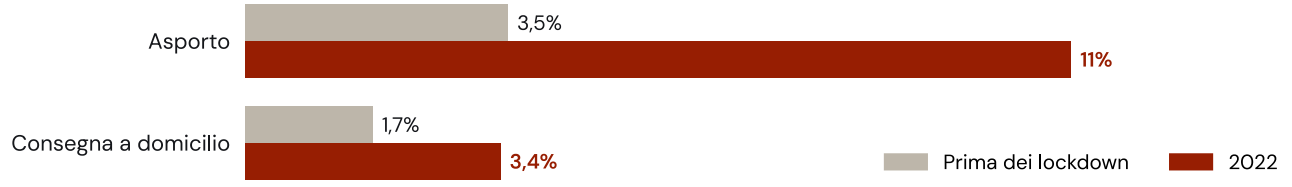
Questa capacità può essere estesa in diversi modi, per esempio aumentando la rotazione dei tavoli, come nei formati fast casual, oppure condividendo la preparazione di alcune parti del menu tra più punti vendita, distribuendo quindi il costo della cucina su una rete più ampia sfruttando ricette comuni, oppure sfruttando nuove occasioni di consumo, per esempio tramite l'asporto e la consegna a domicilio, un trend quest'ultimo cresciuto del 53% tra il 2018 e il 2024 per ristoranti, caffetterie e fast food, e che si traduce in circa il 37% di vendite da asporto in più per punto vendita. Ai prezzi del 2024, da CHF 101'000 a 138'000 (figura 1).[8] In linea con questa tendenza, tra i membri di GastroSuisse, che sono per lo più ristoranti con servizio al tavolo, la quota di chi offre l'asporto è triplicata, dal 3,5% prima dei lockdown all'11% nel 2022 (figura 2).[9]

FIGURA 1 **Fatturato per punto vendita di ristoranti, caffetterie e fast food, migliaia di CHF a prezzi 2024**



In loco e asporto e consegna a domicilio, fatturato IVA per punto vendita; il cibo da asporto paga il 2,6% di IVA, contro l'8,1% in loco.

FIGURA 2 **Ristoranti che offrono asporto e consegna a domicilio, quota dei membri di GastroSuisse**



Sondaggio tra i membri di GastroSuisse, risultato intermedio, 2022; nessun dato più recente pubblicato. Nel 2026 circa il 10% dei ristoranti delle dieci maggiori città risulta con asporto in OpenStreetMap (411 su 3'967).

Il cambio delle abitudini lavorative a seguito del lavoro a distanza ha avuto anche un impatto sulla distribuzione settimanale dei coperti. Le mense aziendali, concorrenti diretti dei ristoranti a pranzo, perdono terreno: la loro quota dei pasti e delle bevande consumati è scesa dal 16% all'11% tra il 2018 e il 2024, e il venerdì i pranzi nei ristoranti per il personale sono calati di circa un terzo dopo il Covid.[10]

8 AFC, statistica dell'IVA, 2018–2024 (in loco: aliquota normale, 8,1%; asporto e consegna: aliquota ridotta, 2,6%); UST STATENT (punti vendita) e indice dei prezzi al consumo (prezzi 2024).
9 Gastrofacts (B. Kälin), Take-away: Aus der Restaurant-Notlösung wird permanentes Angebot, 27 aprile 2022 (sondaggio tra i membri di GastroSuisse, risultato intermedio; consegna a domicilio 1,7% prima dei lockdown, 3,4% nel 2022). OpenStreetMap, luglio 2026: 411 dei 3'967 ristoranti delle dieci maggiori città risultano con asporto.
10 SRF News, Kantinen verlieren Marktanteile – und setzen auf «Ultrafrische», 9 giugno 2026.

03

Come crescono i gruppi di ristoranti: **asporto, consegna a domicilio e fast casual**

Tra i gruppi di ristoranti, quelli che offrono anche asporto e consegna a domicilio sono quelli che hanno registrato i maggiori aumenti delle vendite per locale: tra il 2019 e il 2023 dieci, una catena di pizzerie con consegna a domicilio, ha aperto otto punti vendita in più e aumentato le vendite per locale del 56%; Wiesner, con Nooch e Negishi, anch'esso con l'offerta d'asporto, ha ridotto la rete da 36 a 31 punti vendita e aumentato le vendite per locale del 74% (tabella 3).[1]

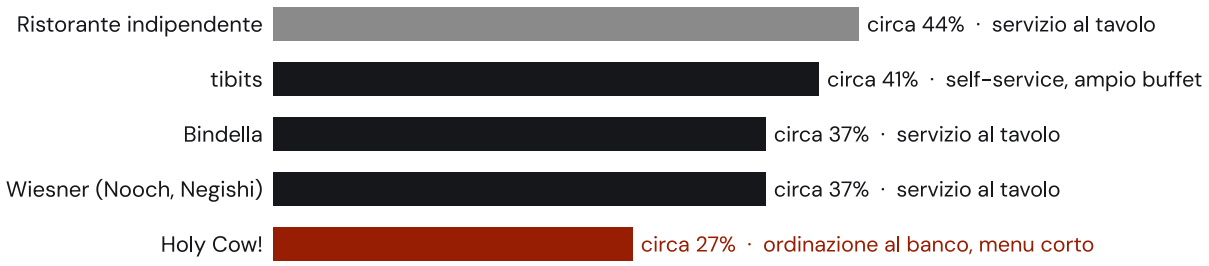
TABELLA 3 **Come sono cresciuti i gruppi di ristoranti e di fast casual, 2019–2023**

Gruppo	Punti vendita 2019 → 2023	Vendite per punto vendita, variazione	Vendite totali, variazione
dieci (pizzeria, consegna a domicilio)	46 → 54	+56%	+83%
Wiesner (Nooch, Negishi)	36 → 31	+74%	+50%
tibits (self-service vegetariano)	14 → 12	+12%	-4%
Holy Cow! (burger, banco)	12 → 16	0%	+33%
Capomondo (Luigia, pizzeria)	7 → 12	-28%	+23%
Burgermeister (burger)	5 → 18	-14%	+210%

Franchi correnti; vendite totali calcolate da punti vendita e vendite per punto vendita. Fonte: foodservice, Top 42 Svizzera, 2023 (alcuni valori stimati dall'editore).

I concept fast casual, con ordinazione al banco, asporto e servizio al tavolo assente o limitato, sono tra i gruppi di ristoranti che aprono di più: tra il 2019 e il 2023 Burgermeister è passato da 5 a 18 locali e Holy Cow! da 12 a 16 (tabella 3).[1] Il modello, limitando il servizio, pesa anche meno sul personale, che assorbe circa il 27% delle vendite da Holy Cow!, contro circa il 37% da Bindella, che offre servizio al tavolo, e circa il 44% in un ristorante indipendente standard (figura 3).[1,2]

FIGURA 3 **Costi del personale per modello di servizio, % delle vendite**



Gruppi: stima, CHF 61'000 per ETP sulle vendite per ETP pubblicate per il 2023. Ristorante indipendente: GastroSuisse Branchenspiegel 2026 (dati 2024). Fonti: foodservice, Top 42, 2023; Promptus, 2026.

Il self-service da solo non riduce il peso del personale se la preparazione resta nel locale: tibits, con un ampio buffet preparato in ogni punto vendita, vende circa CHF 148'000 per ETP, meno di Bindella con il servizio al tavolo (164'000), e il personale assorbe circa il 41% delle vendite. Holy Cow!, con ordinazione al banco e un menu corto, arriva a circa 222'000 per ETP, con il personale a circa il 27% (tabella 4).[1]

TABELLA 4 **Vendite per ETP e peso del personale, 2023**

Modello	Vendite per ETP, migliaia di CHF	Personale, % delle vendite
Holy Cow! (ordinazione al banco, menu corto)	circa 222	circa 27%
Bindella (servizio al tavolo)	circa 164	circa 37%
tibits (self-service, ampio buffet)	circa 148	circa 41%
Ristorante indipendente (servizio al tavolo)	circa 140	circa 44%

Gruppi: foodservice, Top 42 Svizzera 2023; personale stimato a CHF 61'000 per ETP (UST). Ristorante indipendente: GastroSuisse Branchenspiegel 2026, come riportato da Promptus. Stima Linearis.

Siamo una società svizzera di consulenza strategica **per aziende nei settori dei beni di consumo, del retail e dell'hospitality.**



Affianchiamo le aziende nelle fasi in cui le scelte strategiche hanno le conseguenze più rilevanti: lo sviluppo di un nuovo format, l'espansione della rete, l'ingresso in un nuovo mercato, la razionalizzazione di un portafoglio diventato troppo complesso. Partiamo dalla comprensione del cliente finale per definire l'offerta e un modello economicamente solido e realizzabile sul piano operativo, legando strategia, design e risultati economici.

Lavoriamo con aziende consolidate e, in modo selettivo, con realtà emergenti che sviluppano il loro primo concept fisico, accompagnandole dalla definizione della strategia e dell'offerta fino alla valutazione del business case e del formato più adatto.

Contattateci per discuterne

contact@linearis.consulting

+41 (0)21 652 07 52
linearis.consulting
Mont-sur-Lausanne, Svizzera