Fipe: meno food, più intrattenimento e servizi nel nuovo bar italiano

fipe-sigep-6367ab37

Bar d’eccellenza sempre più apprezzati dai turisti. Si è svolto al **Sigep**, Salone Internazionale della Gelateria, Pasticceria, Panificazione artigianali e Caffè di Rimini, il convegno “**Dalla caffetteria alla gelateria: i nuovi format del bar di successo**” organizzato dalla **Fipe – Federazione Italiana Pubblici Esercizi**. Presente al Salone con un proprio stand all’insegna della solidarietà verso le popolazioni del Centro Italia colpite dal terremoto del 2016 e negli ultimi giorni da un’ondata di maltempo senza precedenti, la Federazione coglie l’occasione per fare il punto, anche grazie ai dati contenuti nel Rapporto Ristorazione 2016 ed alle **analisi di NPD e Tradelab** sull’andamento del canale bar con due particolari focus sul caffè e sul gelato.

Il convegno fa il punto sulle prospettive di sviluppo del settore e sull'evoluzione dei modelli di business del bar mettendo a confronto grandi aziende simbolo dell’Italia nel mondo (**Autogrill** e **AREAS-MyChef**, **Coffee Shop 1882 - Vergnano**) ma anche campioni più piccoli come le **Gelaterie La Romana** e lo **Staccoli Caffè di Cattolica**. Il convegno mette in evidenza le profonde trasformazioni del bar negli ultimi 15-20 anni durante i quali si sono sviluppati nuovi modelli di business all'insegna della multi-proposta e della specializzazione. Nel corso degli anni, infatti, è cambiato il ventaglio dell’offerta da parte dei Bar, che ha visto calare il peso della somministrazione di cibo e bevande (dall'85% del 2013 al 77% del 2016) a vantaggio di altri beni e servizi (pagamenti, biglietti, intrattenimento, ecc.).

Caffè, gelato e pasticceria si confermano punti di forza di un'offerta sempre più apprezzata anche dai turisti stranieri che mettono bar e gelaterie tra le prime cinque cose che più apprezzano dell'Italia.

Proprio sulla centralità del bar nell’offerta della ristorazione italiana pone l’accento anche **Lino Enrico Stoppani**, presidente Fipe: “Il bar italiano continua ad essere un tratto distintivo dell'italian lifestyle. Non è un caso che sia una delle cose maggiormente apprezzate dai turisti stranieri. La qualità dei prodotti, dalla caffetteria alla gelateria e pasticceria, lo stile di servizio ed il mood di convivialità che lo

contraddistinguono costituiscono un patrimonio, anche immateriale, da preservare e valorizzare. I dati ci dicono che siamo dinanzi a grandi cambiamenti, purtroppo non sempre positivi, come quelli che indicano elevati tassi di mortalità imprenditoriale, costi di gestione insostenibili ed un sistema competitivo sempre più difficile".

Un altro tratto distintivo del bar è il suo carattere di **prossimità e diffusione sul territorio nazionale**: soltanto 150 (1,9% del totale) degli 8.092 comuni italiani non hanno neppure un bar o un ristorante. Una realtà, quella dei pubblici esercizi, ampiamente diffusa in ogni regione, in particolare nel mezzogiorno, che non ha eguali in nessun’altra attività di servizi alla persona presente in Italia. Soltanto in Piemonte il tasso di presenza dei pubblici esercizi scende sotto il 95% mentre sono ben nove le regioni nelle quali neppure un solo comune è sprovvisto di un bar o di un ristorante. Il bar rimane inoltre il **luogo per eccellenza della colazione**, senza alcuna distinzione di genere, età o area geografica: più di sei italiani su dieci consumano, con diversa intensità, la colazione fuori casa. Cinque milioni di italiani consumano fuori casa la colazione almeno 3 o 4 volte alla settimana, mentre per quattro milioni si tratta, invece, di un rito quotidiano.