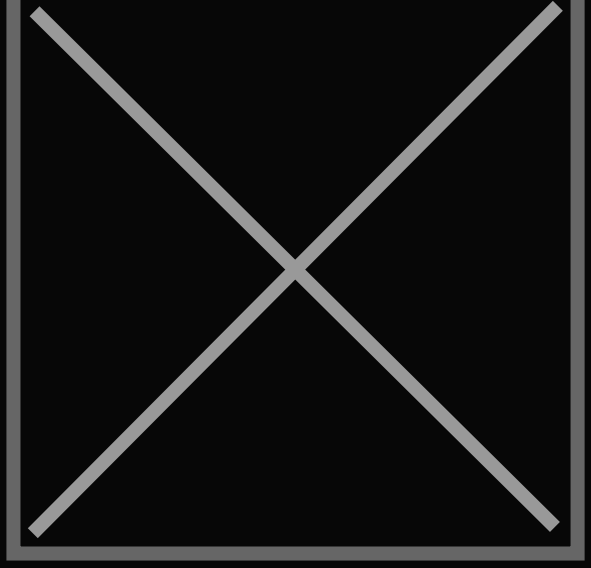
Barcade: il Food & Beverage sposa l’intrattenimento

carl-raw-502285-unsplash-151d666d

Altro che gioco vintage. Il videogioco Arcade, come lo chiamano gli anglosassoni, è più attuale che mai. Soprattutto nei locali. Almeno in America, dove continua ad espandersi il business dei cosiddetti “Barcade”: ovvero, i locali che offrono al loro interno un’offerta di Food & Beverage, circondati da giochi di tutte le epoche.
Dai primi esemplari degli anni ‘80 fino ai più recenti. Oltre a flipper, calcetti e tutto ciò che rappresenta (ed esalta) il mondo dell’intrattenimento. Si tratta di veri e propri bar, caffè in piena regola, che offrono quindi la somministrazione di alcolici (per la quale in Usa esistono delle regole piuttosto stringenti), accompagnata da del sano intrattenimento.
O amusement, come lo chiamano da quelle parti. Per un nuovo concept, in grado di offrire un’esperienza completa agli avventori, all’insegna della spensieratezza e del divertimento.
E se, fino a qualche tempo fa, poteva apparire “roba da nerd”, oggi è diventato un autentico fenomeno di massa, riscuotendo un successo notevole che sta facendo letteralmente moltiplicare questo tipo di locali in tutti gli States.

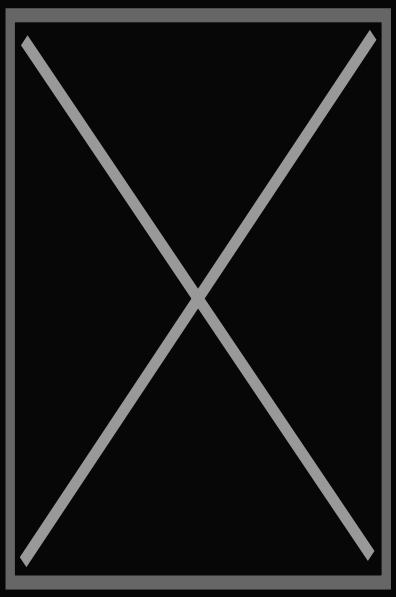
GLI ALBORI



Tutto è iniziato a New York, nel 2004: quando a Brooklyn apriva i battenti il primo Barcade, dal titolo omonimo, divenuto poi uno specifico brand, oltre a un vocabolo di uso globale utilizzato per identificare genericamente questo tipo di locali (un po' come avvenut o negli anni passati con il brand "Tom Tom" utilizzato come sinonimo di navigatore o Gps). Un locale dove veniva offerta una selezione di birre artigianali accompagnata da un'accurata selezione di giochi arcade e flipper. Creando, senza volerlo, un format di autentico successo, in grado di associare ed esaltare due grandi passioni americane: quelle per la birra e per l'intrattenimento. Da quel momento in poi il fenomeno si è rapidamente espanso, con il Barcade che ha iniziato a prendere piede in altri quartieri, città e stati, aprendo anche a Philadelphia, Manhattan e Jersey City, poi New Haven e Los Angeles. I fondatori del Barcade di New York avevano semplicemente pensato di accompagnare qualche bevuta con dei giochi, senza immaginarsi di poter dar vita a un concept praticamente rivoluzionario. Invece così è stato. "A tutti noi piaceva la birra artigianale e, in particolare, quella americana, come pure i videogame", spiega Paul Kermizian, Ceo e co-fondatore di Barcade. "Per questo volevamo aprire un bar come lo volevamo noi. Ma non ci saremmo mai aspettati di diventare così popolari e fino a questo punto".

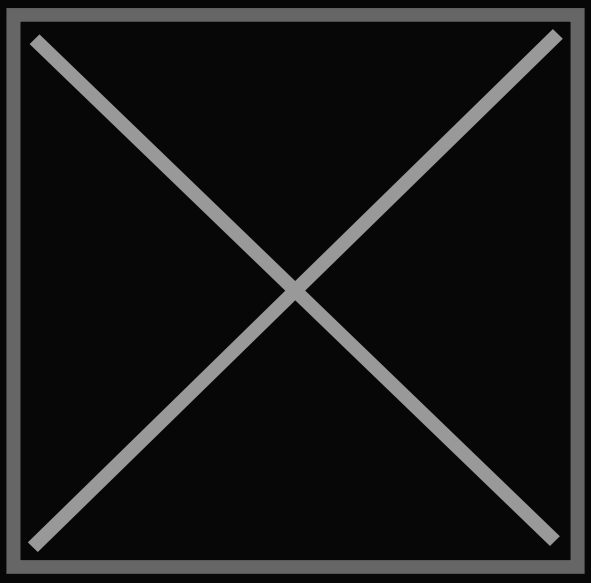
UN TREND RIVOLUZIONARIO

Invece, la combinazione dei due hobby di nicchia si è sovrapposta in un modo senza precedenti, generando la crescita di quello che è poi diventato uno dei trend più caldi nella cultura degli American bar. Con i "barcade" – nell'accezione più generale del termine – ormai diffusissimi in molti paesi degli Stati Uniti, in varie declinazioni. Non tutti offrono solo birra, alcuni aggiungono musica dal vivo, altri molte più tipologie di giochi; ma il concetto alla base è sempre lo stesso: l'abbinamento di bevande alcoliche con i videogiochi e il flipper.



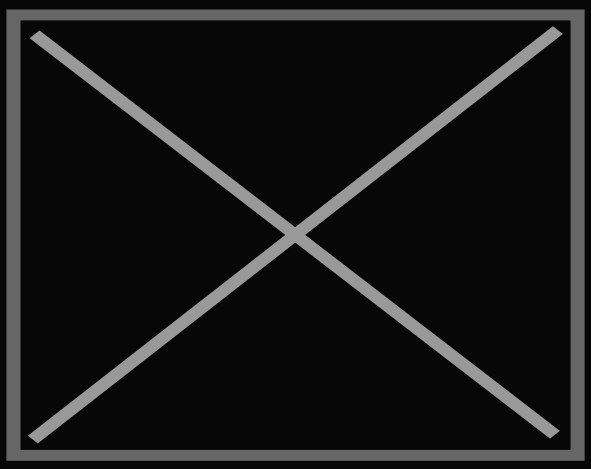
Con ognuno di questi locali che ha un proprio tratto distintivo, un tocco personale, declinato sulla base delle abitudini della cittadinanza locale. Tra i più famosi: il brand “1Up” di Denver, in Colorado, o il “Ground Kontrol” di Portland, il “16-Bit Bar” di Cleveland e altri ancora. A maggio dello scorso anno, a San Diego, in California, ha aperto i battenti il “Coin-Op Game Room barcade”, che ha fatto molto clamore in città, avendo sostituito il “Crazy Goose”: uno sports-bar lanciato nel 2015 e che era già divenuto un punto di riferimento al livello locale, salvo poi essere convertito in “barcade”.
Segno evidente della rivoluzione in corso. Anche perché si trattava all’epoca del secondo locale di questo tipo aperto in città e che non può certo passare inosservato, per via della superficie di ben 7mila metri quadrati riempito di videogiochi e flipper (oltre 50 giochi in totale), che oltre a proporsi come il punto di ritrovo di giocatori abituali, nostalgici e giocatori “professionisti” che partecipano a tornei di videogiochi e flipper, offre cocktail artigianali e ben 16 rubinetti di birre tradizioni e artigianali, con un’ampia selezioni di birre locali. E un menù di ristorazione dove trova spazio anche la pizza tipica di Napoli, molto popolare nella zona, insieme a dolci e piatti locali, come il cavolfiore di Buffalo, alette di pollo speziate e così via.

CHICAGO CAPOFILA

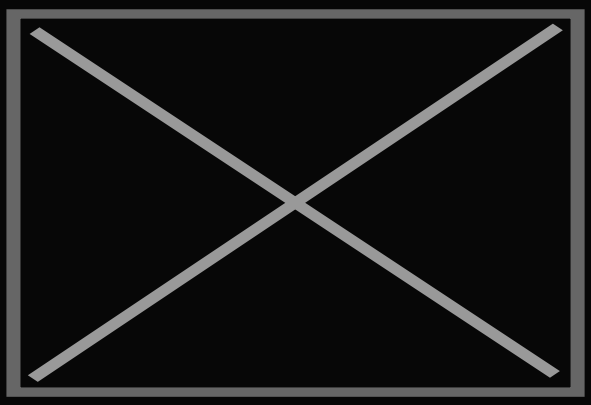


Una delle città dove questo tipo di offerta si è fatta molto più interessante, però, è senza dubbio Chicago. La culla del flipper, essendo la sede del più importante produttore di questi giochi, ovvero Stern Pinball. Nella terza città degli Stati Uniti e capitale dell'Illinois, ci sono oggi una decina di "barcade", ma presto ne arriveranno molti altri. Tra i più importanti c'è il popolarissimo "Emporium", che mescola giochi da tavolo a flipper, biliardi e videgiochi arcade, in tre location diverse nei quartieri di Wicker Park, Logan Square e Fulton Market. Qui la selezione di drink è molto ampia, come pure quella di intrattenimento, con oltre venti flipper, di varie generazioni, biliardi, bowling e tanto altro ancora.

Un concept leggermente diverso è invece quello proposto dal brand "Headquarters Beercade": un locale molto in voga a Chicago, ma che è presente anche in altre città come Nashville, che propone tanti flipper e videogame vintage, tutti accessibili in modalità gratuita, accanto a musica dal vivo, con Dj set dal vivo e vari angoli bar e un locale che si presta alla perfezione per un pubblico di tutte le età, feste private, cene e tutto quello che si può immaginare. Includendo anche un birrificio locale, che è un po' il fiore all'occhiello del locale, come si evince anche dal nome scelto per il brand. Il gioco, qui, è un "servizio" centrale nell'offerta complessiva, ma accessorio dal punto di vista del business: non si tratta quindi di locali "di gioco" ma di veri e propri "pubblici esercizi", per dirla all'italiana, dove il gioco serve solo da traino. E funziona pure, a quanto pare, visto che i gestori di questi locali parlano anche di incassi incrementati di oltre il 30% da quando hanno introdotto i videogame in sala.



Un altro format è quello proposto dal barcade “Logan Arcade”, che propone una location più specializzata, dove si celebra il solito connubio tra intrattenimento e F&B, ma con una selezione di alto livello di giochi, più orientata, in questo caso, a un pubblico che in molti chiamerebbero “nerd”. Ed è qui che si possono trovare anche giochi più rari, e oggetti da collezione, con teste di flipper alle pareti, pupazzi del mondo dei videogame, e così via.
Altri esempi, sempre a Chicago, sono rappresentati dal brand “Replay”, anche questo molto popolare in città, dove è presente con tre locali. Per un format ormai più che consolidato e che sta prendendo sempre più piede, se si pensa che la catena di Headquarters Beercade sta aprendo ora anche a San Francisco, dopo aver aperto locali anche in Lousville.



UN FUTURO ANCHE IN EUROPA?

Si tratta di un vero e proprio fenomeno di massa che in America non ha più bisogno di presentazioni, ma che è finito sotto osservazione dagli operatori dell’altra parte dell’oceano che si interrogano sulle potenzialità di questo concept anche in Europa. Certo, va detto, in Usa c’è una cultura popolare fortemente orientata all’intrattenimento, come pure alla birra: “play pinball, enjoy your drink”, ci si sente spesso ripetere in questi luoghi. Come pure è sicuramente rilevante il fatto che, a differenza per esempio dall’Italia, in Usa non si può bere in qualunque locale, ma c’è un contingentamento dei “liquor shop” che rende quindi anche l’offerta di alcolici qualcosa da ricercare. Sta di fatto però che

qualunque paese del mondo ha una propria cultura popolare infarcita di videogame o flipper, più o meno sepolta col passare del tempo. Si tratta quindi soltanto di trovare il modo di rispolverarla, riesumando un’offerta di gioco che nel tempo ha trovato molti nuovi concorrenti (dalle console al mondo di internet, alle offerte di gioco a premi) ma che continua a conservare un fascino inimitabile. E il successo che sta avendo il flipper, in Italia e in Europa, ne è una prova.
Che il prossimo passo sia quello di portare anche da noi i barcade? Cari esercenti, questa è la vostra partita!