In Italia tutti pazzi per l'aperitivo: il focus di Cattel-Apci

20231102145433cattelapcieventoaperitivo-b50413be

A Milano si è tenuto al 10 Watt l'evento **“Sei già dentro l’happy hour?”**, promosso da **Cattel** e **Apci** (Associazione professionale cuochi italiani): l'obiettivo è stato **approfondire l'importanza dell'aperitivo nel panorama della ristorazione contemporanea**.

Una panoramica è stata offerta da **Bruna Boroni** di **TradeLab**, ricca di spunti per i ristoratori che desiderano essere aggiornati sulle ultime tendenze. Secondo le più recenti analisi di mercato di TradeLab, infatti, **l’aperitivo risulta essere un’importantissima occasione di consumo fuori casa**, e non solo tra i più giovani: negli ultimi 12 mesi in Italia sono stati serviti **oltre 850 milioni di aperitivi** (di cui 580 milioni serali e circa 285 milioni pre pranzo) per una spesa complessiva di più di 4,54 miliardi di euro.
Questo trend coinvolge ben 14 milioni di italiani di età compresa fra i 18 e i 75 anni (pari al 32% della popolazione), di cui il 24% corrisponde a persone di età superiore ai 55 anni. L’**aperitivo serale** è risultato essere un’occasione di consumo interessante per un numero sempre maggiore di operatori del settore, **non solo per i bar, ma anche per i ristoranti** (circa il 10%) **e le catene della ristorazione commerciale**. Il momento dell’aperitivo serale è un’occasione di convivialità ormai irrinunciabile, che interessa tutto il Paese (48% al nord, 52% al Centro, Sud e Isole), anche se nell’area del **Nord Est** – quella in cui Cattel ha una presenza particolarmente forte – il rapporto tra aperitivi e visite fuori casa è maggiore. L’aperitivo diurno ha, invece, una forte concentrazione dei consumi nel Sud e Isole (45%).

Una panoramica è stata offerta da **Bruna Boroni** di **TradeLab**, ricca di spunti per i ristoratori che desiderano essere aggiornati sulle ultime tendenze. Secondo le più recenti analisi di mercato di TradeLab, infatti, **l’aperitivo risulta essere un’importantissima occasione di consumo fuori casa**, e non solo tra i più giovani: negli ultimi 12 mesi in Italia sono stati serviti **oltre 850 milioni di aperitivi** (di cui 580 milioni serali e circa 285 milioni pre pranzo) per una spesa complessiva di più di 4,54

miliardi di euro.
Questo trend coinvolge ben 14 milioni di italiani di età compresa fra i 18 e i 75 anni (pari al 32% della popolazione), di cui il 24% corrisponde a persone di età superiore ai 55 anni. L'**aperitivo serale** è risultato essere un'occasione di consumo interessante per un numero sempre maggiore di operatori del settore, **non solo per i bar, ma anche per i ristoranti** (circa il 10%) **e le catene della ristorazione commerciale**. Il momento dell'aperitivo serale è un'occasione di convivialità ormai irrinunciabile, che interessa tutto il Paese (48% al nord, 52% al Centro, Sud e Isole), anche se nell'area del **Nord Est** – quella in cui Cattel ha una presenza particolarmente forte – il rapporto tra aperitivi e visite fuori casa è maggiore. L'aperitivo diurno ha, invece, una forte concentrazione dei consumi nel Sud e Isole (45%).

Un altro intervento è arrivato da **Lorenzo Ferrari** (Fondatore e Ceo di **RistorareTop**, docente e autore, esperto di marketing per la ristorazione e menu engineering) che **ha illustrato come trasformare l'aperitivo in un'opportunità**, rendendolo un**'occasione di profitto per gestori di locali, pizzerie, bar e ristoranti** tramite uno strumento ideato appositamente per l'occasione: **la Matrice dell'aperitivo**, una proposta di quattro aperitivi - ciascuno adatto a una tipologia di locale differente – con cui rendere profittevole e strategico il momento pre-pranzo o pre-cena.

L'incontro, moderato dal Direttore Generale Apci **Sonia Re**, è proseguito con una **tavola rotonda** che ha dato spazio alle esperienze di successo di **Davide Longoni** (titolare dell'omonimo panificio, molto noto a Milano), **Giancarlo Morelli** (chef pluripremiato, titolare del Bulk a Milano e del Phi Beach, Baja Sardinia) e lo chef **Elio Sironi** (Ceresio7, Milano). A conclusione dell'evento - studiato ad-hoc da Cattel e APCI per il mondo della ristorazione professionale - è stato proposto un percorso di degustazioni a tema con proposte esclusive firmate dagli Chef APCI.

"Trasformare il trend dell'aperitivo in una grande opportunità dipende dalla consapevolezza e dal giusto atteggiamento: un atteggiamento proattivo, che indichi la volontà di cogliere le nuove tendenze e adattarsi alle preferenze – in continuo mutamento – della clientela, aspetto in cui Cattel si è sempre distinta adottando sempre nuove strategie, prodotti e servizi, per soddisfare e anticipare i trend. *"Questo è il messaggio forte che vogliamo dare ai ristoratori: l'aperitivo è diventato un pasto vero e proprio, al pari di colazione, pranzo e cena, e vale pertanto la pena impegnarsi per renderlo qualitativamente elevato, discostandosi dagli accompagnamenti che troppo spesso lo caratterizzano come, ad esempio, olive e chips"*, ha affermato **Caroline Gatti**, Responsabile Marketing di Cattel. *"È arrivato il momento di investire, di fare ricerca, di imparare nuove ricette e soluzioni per offrire valore e, ovviamente, trarre profitto".*

Atteggiamento costruttivo che ha contraddistinto nel tempo anche tutte le attività Apci che *“di generazione in generazione ha visto **l’affinarsi e il nascere di nuove realtà**, tecnologie e modalità di aggregazione (i social fino a una quindicina di anni fa erano ancora un miraggio”* sottolinea **Sonia Re**, e dichiara *“quello che non è mai cambiato – fortunatamente – è l’entusiasmo che muove ogni progetto e lo slancio con cui ogni singola iniziativa è pensata a misura di chef, con e per i professionisti del comparto, per creare insieme qualcosa di grande e significativo”.*

“Trasformare il trend dell’aperitivo in una grande opportunità dipende dalla consapevolezza e dal giusto atteggiamento: un atteggiamento proattivo, che indichi la volontà di cogliere le nuove tendenze e adattarsi alle preferenze – in continuo mutamento – della clientela, aspetto in cui Cattel si è sempre distinta adottando sempre nuove strategie, prodotti e servizi, per soddisfare e anticipare i trend.
“Questo è il messaggio forte che vogliamo dare ai ristoratori: l’aperitivo è diventato un pasto vero e proprio, al pari di colazione, pranzo e cena, e vale pertanto la pena impegnarsi per renderlo qualitativamente elevato, discostandosi dagli accompagnamenti che troppo spesso lo caratterizzano come, ad esempio, olive e chips”, ha affermato **Caroline Gatti**, Responsabile Marketing di Cattel. *“È arrivato il momento di investire, di fare ricerca, di imparare nuove ricette e soluzioni per offrire valore e, ovviamente, trarre profitto”.*
Atteggiamento costruttivo che ha contraddistinto nel tempo anche tutte le attività Apci che *“di generazione in generazione ha visto **l’affinarsi e il nascere di nuove realtà**, tecnologie e modalità di aggregazione (i social fino a una quindicina di anni fa erano ancora un miraggio”* sottolinea **Sonia Re**, e dichiara *“quello che non è mai cambiato – fortunatamente – è l’entusiasmo che muove ogni progetto e lo slancio con cui ogni singola iniziativa è pensata a misura di chef, con e per i professionisti del comparto, per creare insieme qualcosa di grande e significativo”.*