# Pasticcerie e gelaterie all'insegna di innovazione

3-a38a8821

Tradizione che innova e si rinnova. Per un innesto di vitalità in tutto il settore dei pubblici esercizi, con particolare riferimento a gelaterie e pasticcerie. Ecco come si presenta il quadro delineato dalla Fipe – Federazione Italiana Pubblici Esercizi, che in occasione di Host presenta le ultime elaborazioni messe a punto dall'Ufficio Studi: i numeri parlano di una significativa crescita di gelaterie e pasticcerie, per un totale di 19.059 unità nel 2014, con una crescita del 3% rispetto al 2010. Ma l'offerta di gelateria e pasticceria non si esaurisce in questi numeri. *«Ci sono altri 19.000 locali che all'attività di bar affiancano quelle di gelateria e pasticceria. Stiamo parlando dunque di un settore che impiega complessivamente 93mila addetti* – dice a questo proposito il Direttore dell'Ufficio Studi Fipe, **Luciano Sbraga**. *Non soltanto bar-gelaterie e bar-pasticcerie, ma anche un buon numero di attività commerciali e artigianali, in cui la vendita per asporto o per il consumo sul posto di prodotti di pasticceria e gelateria costituisce il core business dell'attività»*. Il risultato è che il numero di attività, anche per la presenza di imprese che si stanno sviluppando in forma di catena, cresce vertiginosamente fino a sfiorare la quota delle 39mila unità.

FIPEParlando invece nello specifico dei bar, si contano in termini assoluti 126.549 unità sul territorio nazionale, di cui 18.856 sono locali che uniscono in una sola proposta caffetteria, pasticceria e gelateria. Guardando alla distribuzione del fatturato dei bar si evidenzia che i prodotti di gelateria e pasticceria incidono complessivamente per l'11,8%. I driver alla base di questo scenario sostanzialmente positivo sono legati all'approccio sempre più innovativo messo in campo dagli operatori per creare nuove occasioni di incontro e fidelizzazione con una clientela ogni giorno più consapevole, informata ed esigente. Un excursus che si traduce ad esempio con la messa a punto di nuovi format in cui il bar racchiude in una sola anima un corpus di proposte che vanno dalla colazione al dopocena senza dimenticare merenda e happy hour, la destagionalizzazione che porta il gelato a trasformarsi in un'occasione di consumo 365 giorni all'anno, il ricorso ai social network da parte degli esercenti per promuovere le proprie attività attraverso immagini, contest, e news curiose di

enogastronomia.

Insomma, la parola d’ordine per i locali del futuro dovrà essere *innovazione* sotto tutti i punti di vista: questo è uno dei focus attraverso cui si snoda la proposta di Fipe a Host con alcuni importanti appuntamenti quali i talk show “I pubblici esercizi e la filiera del dolce. Qualità, prodotti e approvvigionamento” e “Nuovi trend, nuovi format. Layout, servizi e formule emergenti nella pasticceria e gelateria”. Tra gli aspetti di maggiore interesse dei due appuntamenti non mancherà la presentazione di alcuni casi di successo che testimoniano quanto il restare al passo con i tempi, o addirittura il precorrerli, sia di fondamentale importanza per creare un rapporto di fiducia con la clientela e distinguersi nel variegato panel di proposte.

Un esempio è rappresentato da **Ciacco Gelato**, gelateria di Parma nata dall’estro di un giovane imprenditore che fa dell’attenzione alle diverse esigenze della clientela il proprio core business di riferimento, offrendo a vegetariani e vegani la possibilità di apprezzare un gelato gustoso e di qualità, prestando particolare attenzione al tema degli allergeni e delle intolleranze alimentari; la **Pasticceria Cucchi** di Milano, che porta il panettone a trasformarsi da prodotto tipicamente natalizio a dolce da consumare e gustare per tutto l’anno, puntando al tema della destagionalizzazione, sempre più di tendenza all’interno dei nuovi format; **D&G Patisserie** che ha sviluppato un progetto di internazionalizzazione della pasticceria di qualità “made in Italy” con l’apertura di un punto vendita di 6.000 metri quadrati a Bangkok in Thailandia; e ancora la **Gelateria della Musica** di Milano che focalizza la propria attenzione sulla qualità e l’artigianalità del proprio prodotto, trasformando il gelato in un’occasione di consumo paragonabile all’ascolto di un concerto di buona musica.