Sanapo: «Non chiudono troppi bar, chiudono i modelli che non creano più valore»

Di fronte ai dati Confesercenti su oltre 24mila bar chiusi in Italia negli ultimi sei anni, circa 11 al giorno (**leggi qui**), Francesco Sanapo, co-fondatore di Ditta Artigianale, offre a **Comunicaffè** una lettura controcorrente: il problema non è il numero di chiusure, ma il fatto che stiano fallendo proprio i modelli di bar che oggi non riescono più a generare abbastanza valore per reggersi in piedi. Per Sanapo la domanda da porsi quando si apre un locale non è quanti caffè si venderanno, ma quale valore si aggiunge alla propria storia e alle persone che entreranno: un bar limitato alla sola gestione dei volumi diventa sostituibile al primo aumento dei costi o al primo calo dei flussi, mentre un brand con un'identità riconoscibile costruisce una ragione per tornare che prescinde dall'offerta del locale accanto. Quello di Sanapo non è un principio astratto, è la stessa dinamica che questa rassegna ha già intercettato più volte quest'anno, da Ditta Artigianale ai format risto-retail come Altrove: mentre il bar tradizionale chiude a un ritmo di 11 al giorno, i format che hanno costruito un'identità riconoscibile, uno storytelling di filiera, un motivo dichiarato per scegliere proprio quel locale, non solo reggono ma aprono nuove sedi. Il valore, in altre parole, non è oggi una leva di posizionamento tra le tante: è il discrimine reale tra chi resta aperto e chi chiude, ed è probabilmente per questo che i dati Confesercenti e la tesi di Sanapo raccontano, da due angolazioni diverse, esattamente la stessa storia.