Bar Convent Berlin: l'edizione del ventennale chiude con numeri da record

48daec95-bf0a-489d-ae5b-33e3f799f5dc

Si è chiuso il sipario con numeri recordo sull'edizione 2026 di Bar Convent Berlin (BCB), manifestazione organizzata da RX che ha festeggiato il suo ventesimo anniversario ospitando circa 11.000 visitatori professionali provenienti da 94 Paesi e oltre 400 espositori. Il tutto in attesa del 2027, quando verrà introdotto un format più concentrato della durata di due giorni, con una maggiore attenzione alle opportunità commerciali e a contenuti selezionati.

Due decenni di cultura dei bar

Il 20° anniversario di BCB ha celebrato personaggi e ricordi condivisi che hanno plasmato la comunità dei bar. Uno dei momenti salienti è stato l'**allestimento interattivo "Memory Lane",** realizzato in collaborazione con Mixology e Bar Fabric di Brown-Forman, che ha invitato i visitatori a rivivere due decenni di BCB attraverso storie e drink.

Tuttavia, le sessioni di BCB di quest'anno non hanno riguardato esclusivamente il passato. Durante la conferenza stampa di apertura, i rappresentanti del settore hanno affrontato il tema delle notevoli pressioni economiche che gravano sul settore del beverage e dell'ospitalità. L'aumento dei costi operativi, il cambiamento nei comportamenti dei consumatori e l'incertezza relativa alle condizioni fiscali e normative continuano a rappresentare delle sfide per le imprese. Nonostante queste sfide, le discussioni hanno anche messo in luce **motivi di cauto ottimismo**. Le nuove generazioni di barman di talento, in particolare un numero crescente di donne, stanno apportando nuove prospettive al settore dell'hospitality. Allo stesso tempo, i concept di bar in continua evoluzione stanno sempre più anteponendo il gusto, l'accessibilità e le esperienze autentiche degli ospiti alle rigide convenzioni.

Un nuovo concept di formazione

Con “Heads, Hearts & Tails”, BCB ha introdotto una nuova filosofia formativa pensata per concentrarsi sugli argomenti più rilevanti per i professionisti dell’hospitality di oggi. Mentre la sezione **“Heads”** ha esplorato l’innovazione, la creatività e le idee orientate al futuro, la sezione **“Hearts”** si è concentrata sul lato umano del settore, includendo la diversità e la cultura del luogo di lavoro. La sezione **“Tails”** ha completato il programma con competenze pratiche e conoscenze utili per la gestione quotidiana del bar. Una vasta gamma di format – dalle tavole rotonde con rappresentanti dei media e partner come SIP (Pernod Ricard) alle degustazioni guidate nella Tasting Room – ha offerto ai visitatori l’opportunità di approfondire i temi del settore da diverse prospettive.

Quote

Ciò che questi ultimi tre giorni mi hanno dimostrato è che la formazione va ben oltre la semplice condivisione di conoscenze o l’insegnamento di competenze. Si tratta di riunire le persone, mettere in discussione il nostro modo di pensare e imparare dalle esperienze reciproche. Il nostro settore è in continua evoluzione e dobbiamo crescere insieme ad esso. Ma soprattutto, non dobbiamo mai dimenticare le persone che stanno dietro a tutto questo: le loro storie, le loro sfide e il loro benessere.

Priyankah Blah, Director of Education di BCB

Al centro di questo approccio c’è la **BCB Embassy**, riprogettata per riunire in un unico spazio il palco principale dedicato all'Education e un bar dal concept internazionale. Gestito dal team del FOCO di Barcellona, l’Embassy Bar ha arricchito il programma con creative proposte “No & Low”, trasformando le discussioni su gusto, innovazione e ospitalità moderna in esperienze concrete. La nuova ambientazione ha favorito il dialogo diretto tra relatori e visitatori, rendendo la formazione più accessibile, interattiva e personale.

Più legami commerciali e scambi internazionali

Al di là dei festeggiamenti per l’anniversario e del programma formativo, BCB ha continuato a fungere da importante punto d’incontro per marchi internazionali, distributori, produttori e professionisti del settore dell’hospitality. Il Salone ha riunito operatori affermati del settore e aziende emergenti, offrendo l’opportunità di scoprire innovazioni, stringere relazioni e discutere delle mutevoli esigenze del

mercato.

Quote

Quando sono venuta a BCB per la prima volta quattro anni fa, stavamo appena lanciando la nostra gamma di bevande analcoliche. Allora si percepiva che qualcosa stava iniziando a muoversi, ma l'interesse era ancora limitato. Quest'anno, le nostre bevande analcoliche sono diventate tra le più richieste al nostro stand. È incredibile vedere quanto sia cresciuta questa categoria e quanto questi prodotti si siano ormai affermati.

Alexandra Robin, Brand Ambassador di Giffard

Per gli espositori, il valore dello scambio diretto è rimasto particolarmente rilevante in un contesto di mercato difficile. Le conversazioni relative alla distribuzione, alle partnership e alle future opportunità commerciali hanno sottolineato l'importanza di riunire la comunità internazionale del settore delle bevande.

«Per me, BCB è una di quelle rare occasioni per ritrovare persone provenienti da ogni parte del mondo - ha aggiunto Robert Caldwell, Global Brand Ambassador di Teeling Whiskey - Si incontrano barman e amici del settore provenienti da Londra, Amsterdam, dalla Scandinavia, dall'Italia, dalla Spagna e da altri paesi ancora – persone che non si ha modo di vedere regolarmente. Non si tratta solo di affari; si tratta di ritrovarsi, condividere esperienze e far parte di questa incredibile comunità internazionale».

Nel 2027 format di due giorni

Dopo l'edizione dell'anniversario, il BCB si prepara a un nuovo capitolo. Nel 2027, l'evento si terrà il 4 e il 5 ottobre, introducendo un **format di due giorni** pensato per rispondere in modo più mirato alle esigenze di espositori e visitatori. La decisione riflette i dati dell'evento, secondo cui i primi due giorni sono particolarmente importanti per le attività commerciali e il networking professionale.

Quote

Questi ultimi tre giorni hanno dimostrato ancora una volta ciò che rende BCB così speciale: le persone, l'energia e i legami che uniscono il nostro settore. Festeggiare i 20 anni di BCB con questa incredibile comunità è stato davvero un momento speciale. Porteremo questa energia e il prezioso

feedback dei nostri espositori e visitatori nel prossimo capitolo, e sono entusiasta delle opportunità che ci attendono per il 2027.

Christine Schalke, Event Directori di BCB

Il cambiamento fa parte di uno sviluppo strategico più ampio. In prospettiva, BCB punta a rafforzare il proprio ruolo di piattaforma commerciale essenziale per il settore internazionale dei bar e delle bevande, con una maggiore attenzione alle iniziative dedicate agli hosted buyer, a un Business Hub dedicato e a opportunità di networking più mirate. Allo stesso tempo, i contenuti formativi curati e la BCB Embassy continueranno a offrire uno spazio per l'ispirazione, la condivisione delle conoscenze e lo scambio all'interno della comunità.

Una gamma più diversificata di opportunità di partecipazione consentirà inoltre agli espositori di diverse dimensioni di partecipare all'evento in base ai propri obiettivi aziendali specifici. Combinando un orientamento commerciale più marcato con contenuti pertinenti e contatti personali, BCB mira a creare maggior valore per l'intero settore.