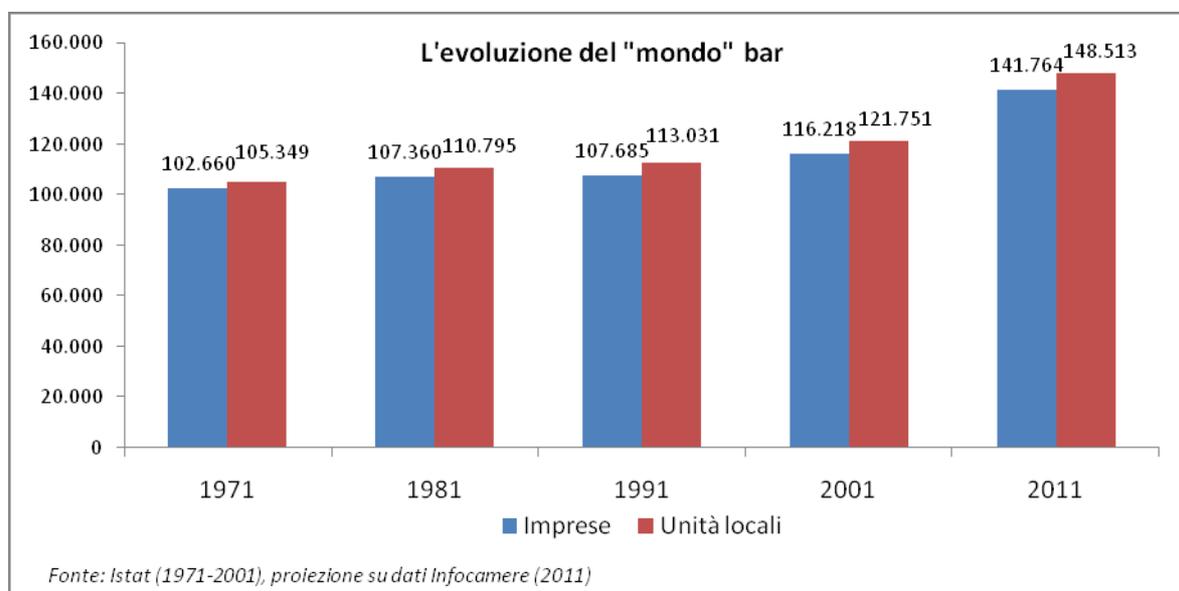


IL BAR ITALIANO



LE IMPRESE

La crescita del numero delle imprese attive nel canale bar è stata continua. Nel 1971 se ne contavano meno di 103mila, oggi siamo oltre quota 141mila. Gli ultimi dieci anni, anche per effetto del cambio delle norme che regolano l'insediamento di questa tipologia di imprese, hanno fatto registrare una vera e propria esplosione di aziende nonostante la difficile situazione dei consumi. La presenza di catene resta marginale come si può rilevare dal leggero scostamento tra il numero delle imprese che operano principalmente nel settore ed il numero delle unità locali. In effetti, una quota significativa di bar è inserita all'interno di imprese che operano in settori di attività diversi. E' il caso di alberghi, campeggi, stabilimenti balneari, discoteche, ecc..Ne deriva che il numero effettivo di esercizi (unità locali) è, come vedremo appresso, ben superiore a quello di esclusiva competenza delle imprese del settore.



Riferendoci, allora, al complesso degli esercizi registriamo che oltre il 50% è ubicato nelle regioni del nord ed il 30% in quelle del Mezzogiorno. La distribuzione di queste attività, per via dell'alto contenuto di servizio che incorporano, è fortemente correlata a quella della popolazione a prescindere dai livelli di reddito e da variabili di altra natura.



A livello regionale è la Lombardia l'area con la presenza maggiore di bar. Ve ne sono circa 30mila, pari al 17% del totale. Ma altrettanto importante è la diffusione dei bar in Veneto, Lazio e Campania. A fronte di un indice di densità medio di 2,8 bar per 10mila abitanti vanno segnalati i valori della Valle d'Aosta (4,6), della Liguria (4,4) e della Sardegna (3,8). Si tratta di regioni che per motivazioni diverse (vocazione turistica, bassa densità abitativa e caratteristiche orografiche) hanno favorito l'insediamento dei bar in modo più che proporzionale al numero di abitanti residenti.

Bar e caffetterie - sedi legali e unità locali (anno 2011)

Regione	Valori assoluti	Valori %	Indice di densità (bar*1000 ab.)
Piemonte	13.572	7,9	3,0
Valle d'Aosta	596	0,3	4,6
Lombardia	29.958	17,4	3,0
Trentino	3.492	2,0	3,4
Veneto	15.572	9,0	3,2
Friuli V. Giulia	4.245	2,5	3,4
Liguria	7.153	4,1	4,4
Emilia Romagna	13.586	7,9	3,1
Toscana	10.661	6,2	2,8
Umbria	2.376	1,4	2,6
Marche	4.172	2,4	2,7
Lazio	16.548	9,6	2,9
Abruzzo	3.893	2,3	2,9
Molise	982	0,6	3,1
Campania	14.989	8,7	2,6
Puglia	9.169	5,3	2,2
Basilicata	1.574	0,9	2,7
Calabria	4.818	2,8	2,4
Sicilia	8.768	5,1	1,7
Sardegna	6.448	3,7	3,8
Italia	172.572	100,0	2,8

Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati Infocamere

Il bar è da sempre un comparto imprenditoriale dinamico. Si tratta di un fenomeno che deve essere interpretato secondo una duplice chiave di lettura, ovvero in termini di vitalità imprenditoriale ma anche di fragilità. Quando il turnover è costituito da un elevato numero di imprese che aprono e, al contempo, da un altrettanto elevato numero di imprese che cessano l'attività non si possono cogliere soltanto segni positivi. Fino al 2009, anche se il dato non è riportato, il saldo è sempre stato positivo. Negli ultimi due anni il trend si è invertito manifestando in modo inequivocabile i segni della crisi della nostra economia e dei consumi in particolare.

Bar e caffetterie – imprese iscritte e cessate* (anni 2004-2011)

	Iscritte	Cessate	saldo
2004	11.093	7.483	3.610
2005	12.192	8.972	3.220
2006	11.997	9.068	2.929
2007	13.724	11.890	1.834
2008	11.661	9.113	2.548
2009	n.d.	n.d.	n.d.
2010	8.382	11.713	-3.331
2011	8.007	11.893	-3.886
Totale	77.056	70.132	6.924

(*) al lordo delle cessate di ufficio

Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati Infocamere

Nel 2011 hanno chiuso circa 12mila imprese portando il saldo a -3.886 unità. In questo valore sono comprese anche le cosiddette cancellazioni d'ufficio, ovvero il risultato di quell'attività di pulizia degli archivi camerali tesa ad eliminare le imprese da tempo inattive. Tuttavia, come vedremo nella tabella successiva anche al netto delle cancellate d'ufficio il saldo nel 2011 resta significativamente negativo.

Bar e caffetterie–saldo* delle imprese per forma giuridica

(iscritte - cessate, anno 2011)

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	-8	-214	-119	-7	-348
Valle d'Aosta	1	4	10	-1	14
Lombardia	-41	-339	25	29	-326
Trentino	-2	-62	-50	5	-109
Veneto	-16	-157	-70	2	-241
Friuli V. Giulia	-2	-25	-60	-1	-88
Liguria	-3	-72	-15	-1	-91
Emilia Romagna	-15	-222	-118	-1	-356

Bar e caffetterie – saldo* delle imprese per forma giuridica

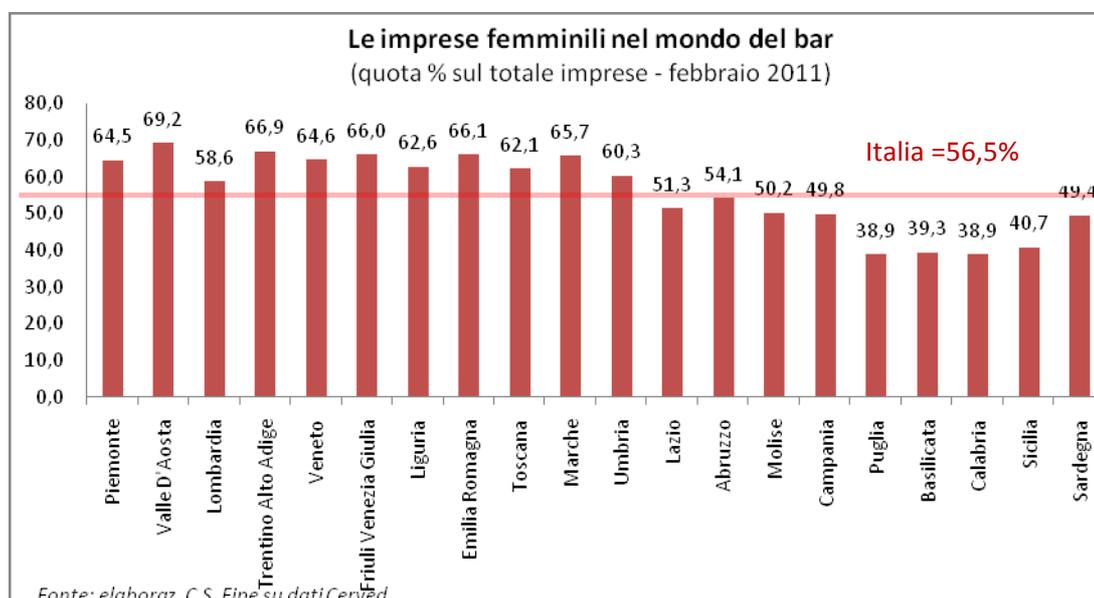
(iscritte - cessate, anno 2011) - segue

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Toscana	13	-127	-85	6	-193
Umbria	-8	-22	-13	2	-41
Marche	1	-79	-20	0	-98
Lazio	-23	-134	8	3	-146
Abruzzo	-4	-37	-15	1	-55
Molise	0	-11	-14	0	-25
Campania	-16	-170	71	0	-115
Puglia	-3	-66	-66	0	-135
Basilicata	2	-5	-17	2	-18
Calabria	-1	-17	-10	0	-28
Sicilia	-1	-51	-173	1	-224
Sardegna	4	-24	10	0	-10
Nord Ovest	-51	-621	-99	20	-751
Nord Est	-35	-466	-298	5	-794
Centro	-17	-362	-110	11	-478
Sud e Isole	-19	-381	-214	4	-610
Italia	-122	-1.830	-721	40	-2.633

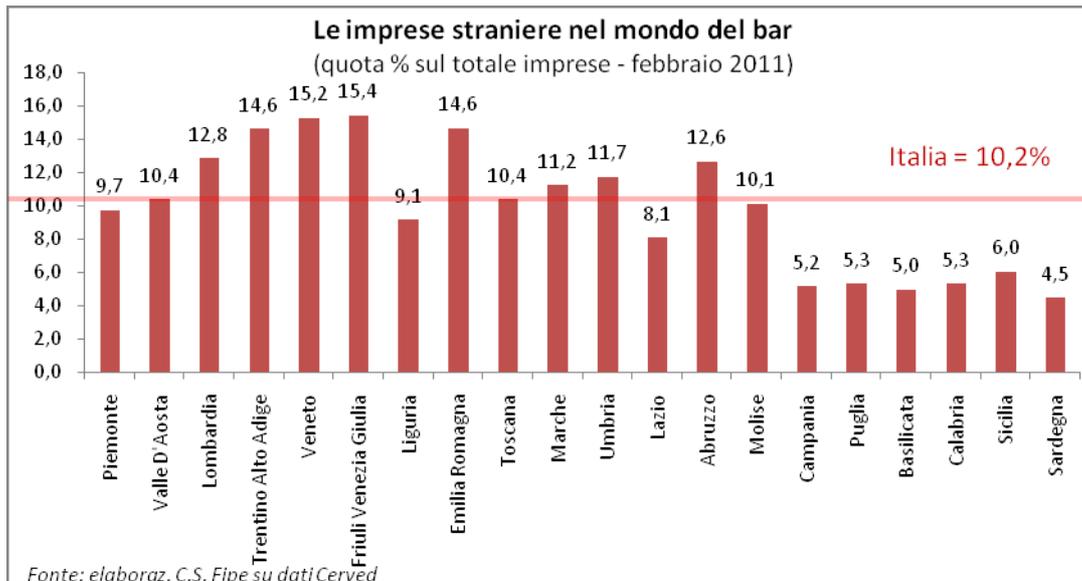
(*) al netto delle cessate di ufficio

Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati Infocamere

La presenza di imprenditoria femminile è stata sempre significativa all'interno del mondo del bar. Oggi le imprese che hanno almeno una donna con una carica attiva sono il 56,5% del totale. Il fenomeno è diffuso un po' ovunque, ma è molto forte soprattutto al nord. Qui ci sono regioni in cui la quota sfiora il 70%. Al di sotto della media si collocano quasi tutte le regioni del Mezzogiorno, segno di un contesto economico più tradizionale non solo sotto il profilo economico ma anche sociale. In effetti nell'immaginario collettivo deiresidenti nel Mezzogiorno il bar è ancora vissuto come un luogo a forte caratterizzazione maschile.

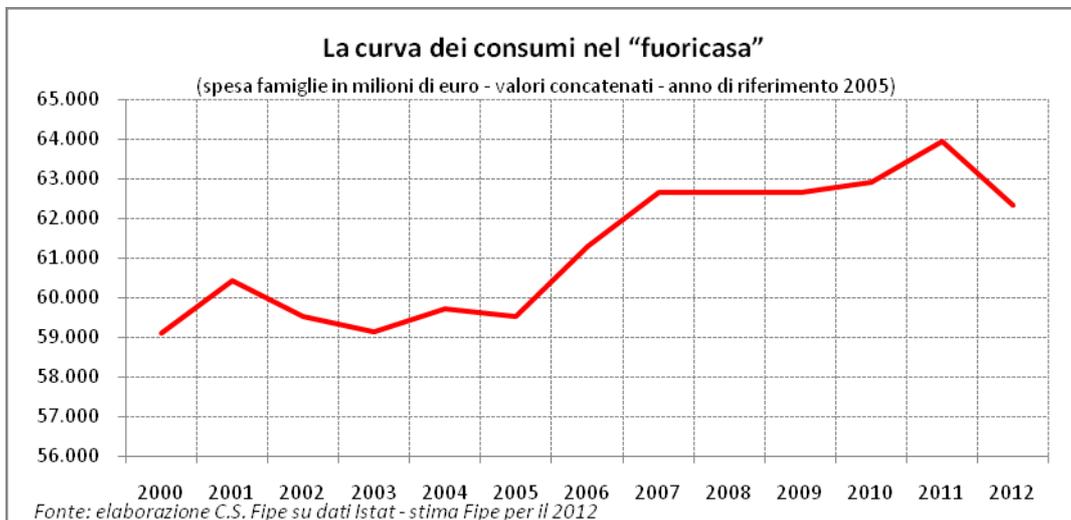


Al contempo è enormemente cresciuto il numero di imprenditori di origine straniera. La media nazionale è del 10,2%, ma in alcune regioni del nord si supera il 15%. Anche in questo caso l'incidenza più bassa si registra al sud dove il settore è ancora presidiato dall'imprenditoria interna principalmente perché continua a rappresentare uno sbocco occupazionale senza alternative a prescindere dai risultati economici che permette di conseguire.



GLI ECONOMICS

Nel 2012 la spesa delle famiglie in consumi alimentari fuori casa viene stimata, a prezzi correnti, in 74 miliardi di euro ed a prezzi costanti in poco meno di 62,5 miliardi di euro, in calo di oltre due punti percentuali rispetto all'anno precedente. La modesta crescita che ha caratterizzato gli anni 2000 ha interrotto tre decenni di forte sviluppo con tassi annui di incremento reale che sono arrivati, in media, anche al 4%.



Di quei 74 miliardi di euro quanti sono destinati al bar? Non esistono dati ufficiali e pertanto ci sono in circolazione una grande quantità di valori stimati. Alcuni ragionevoli e verosimili, altri campati in aria. Sulla base di informazioni provenienti da diverse fonti (Istat, Studi di settore, analisi di canale) il fatturato complessivo del canale bar oscilla all'interno di una forchetta che va da 16,8 a 18,9 miliardi di euro. Questo valore comprende sia la quota di fatturato proveniente dal B2C (consumi delle famiglie) che quella proveniente dal B2B (consumi intermedi delle imprese) che riguarda i servizi di banqueting richiesti da soggetti diversi dalle famiglie.

Il bar nel corso degli anni è diventato sempre più poliedrico. Il senso di questa affermazione si può racchiudere nello slogan "non solo caffè". In effetti sono enormemente cresciuti i consumi di altri beni e servizi che le medie non riescono sempre a far emergere con nitidezza. La caffetteria rimane il prodotto di punta ma dipende dal segmento di mercato nel quale il bar opera. E' molto cresciuta l'offerta di pasti così come quella di intrattenimento. Tutto ciò ha dato vita a specifici format come il *lunch bar* o l'*evening bar*. Ma di questo parleremo più approfonditamente nel paragrafo dedicato alla segmentazione dell'offerta.

L'albero delle vendite ha molti rami oltre quello, robusto, della caffetteria. Il food, inteso in senso allargato, vale , mediamente circa un quarto del fatturato. I giochi, la vendita di beni e di servizi poco meno del 10%.

Distribuzione del fatturato del bar

	val. %
Caffetteria e lieviti	32,5
Acqua e bevande analcoliche	14,1
Birra	10,4
Vino	5,8
Altri alcolici	5,7
Panini, tramezzini, piatti	10,7
Gelateria/pasticceria	11,8
Giochi/intrattenimento	2,1
Vendita	3,6
Altro	3,3
Totale	100

Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati aziendali

L'OCCUPAZIONE

Tutto il mondo dei pubblici esercizi è caratterizzato da un'alta intensità di lavoro. Tra dipendenti ed indipendenti se ne contano complessivamente circa 950mila con una crescita che, nel corso degli anni, è stata quasi sempre positiva.



Nel mondo del bar sono occupate, tra dipendenti ed indipendenti, 351mila persone. I dati provenienti dagli archivi dell'Inps permettono di misurare con precisione il numero dei lavoratori dipendenti. Nel 2010 i bar italiani hanno impiegato, in media d'anno, 203.482 persone, l'85% dei quali con mansioni operative (barman, banconisti, camerieri, cassieri, ecc.). Non trascurabile il numero degli apprendisti pari a circa 24mila unità.

Bar - Lavoratori dipendenti per qualifica(anno 2010)

	val. assoluti	val. %
Apprendisti	23.462	11,5
Dirigenti	13	0,0
Impiegati	7.923	3,9
Operai	171.907	84,5
Quadri	96	0,05
Altro	81	0,04
Totale	203.482	100,0

Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati inps

Il 54% dei dipendenti risultava assunto con orario di lavoro a tempo pieno, mentre la forma di part time più diffusa è quella di tipo orizzontale.

Bar - Lavoratori dipendenti per tipologia di contratto(anno 2010)

	val. assoluti	val. %
Full time	110.284	54,2
Part time	93.198	45,8
Part time Misto	3.818	4,1
Part time Orizzontale	85.637	91,9
Part time Verticale	3.743	4,0
Totale	203.482	100,0

Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati inps

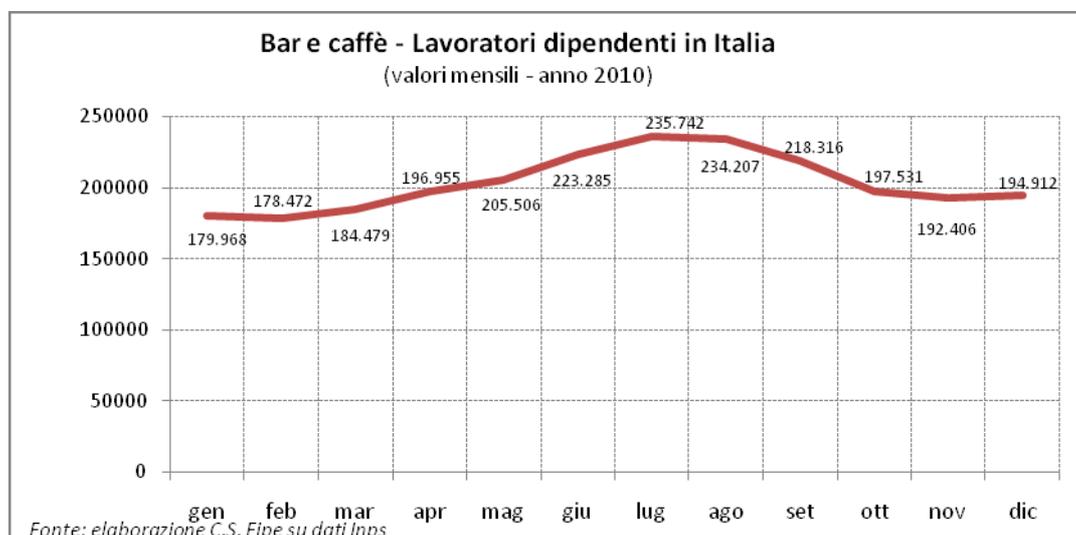
Il bar è fortemente caratterizzato dal lavoro femminile: sei lavoratori su dieci sono donne. Nel corso degli anni la presenza degli stranieri non è cresciuta soltanto tra gli imprenditori ma molto di più tra i lavoratori dipendenti. Attualmente la quota di lavoratori stranieri sul totale è del 22%.

Bar - Lavoratori dipendenti per nazionalità e sesso(anno 2010)

		val. assoluti	val. %
Nazionalità	Italiano	158.743	78,0
	Straniero	44.739	22,0
Sesso	Femmina	123.402	60,6
	Maschio	80.080	39,4
Totale		203.482	100,0

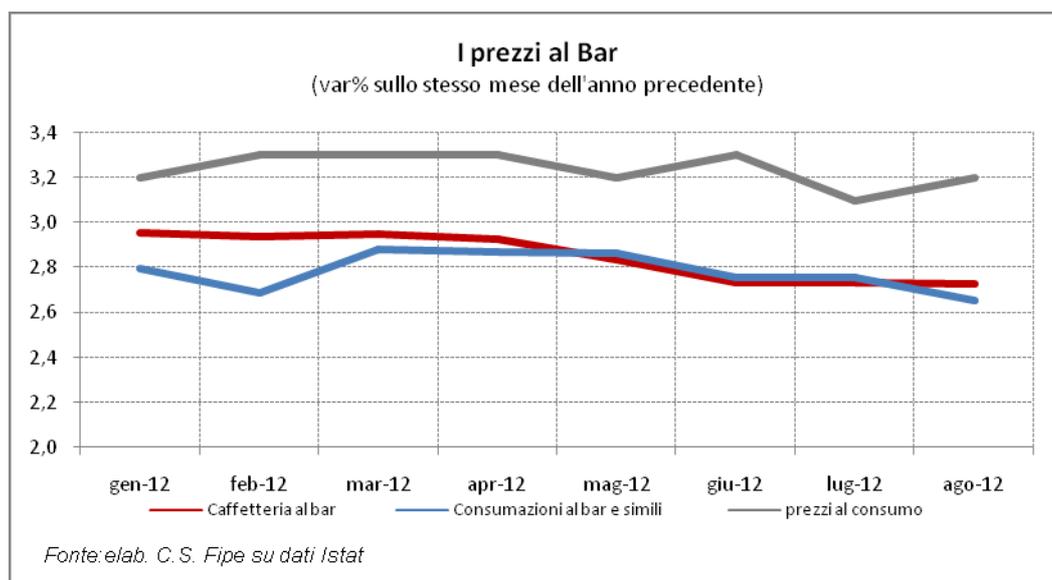
Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati inps

L'attività dei bar ha una significativa componente stagionale che può essere rintracciata attraverso la dinamica mensile dell'occupazione. Nei mesi estivi l'occupazione aumenta fino al 15% del valore medio annuo, non solo per la presenza di una significativa quota di imprese stagionali ma anche per l'intensificarsi dell'attività nelle stesse imprese che operano a carattere annuale.



I PREZZI

I tempi dell'inflazione a due cifre sono oramai tramontati anche al bar. Nell'ultimo anno la dinamica dei prezzi del settore, frenata dalla moderazione della tazzina di caffè, si è mantenuta costantemente (e largamente) al di sotto dell'inflazione generale.



L'ultimo dato disponibile relativo al mese di agosto mostra che solo gelati ed aperitivi presentano una variazione dei prezzi al di sopra di quella generale, dovuta perlopiù a cause stagionali. La caffetteria fa registrare un incremento tendenziale del 2,7%.

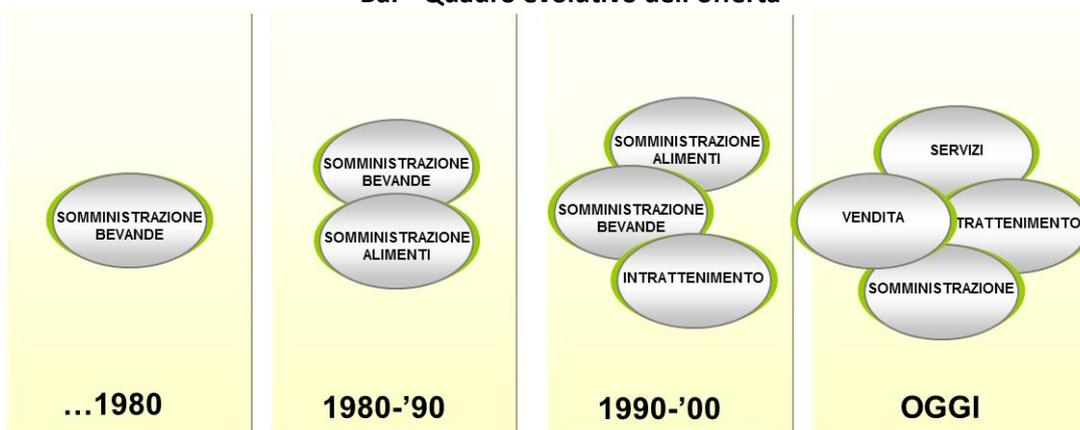


LA SEGMENTAZIONE DELL'OFFERTA

Il bar nasce, per il combinato disposto tra esigenze dei consumatori e norme in vigore, come luogo in cui si somministrano quasi esclusivamente bevande. Il food disponibile è perlopiù dolce, sia come pasticceria che gelateria, anche se non mancano prodotti salati come tramezzini e panini.

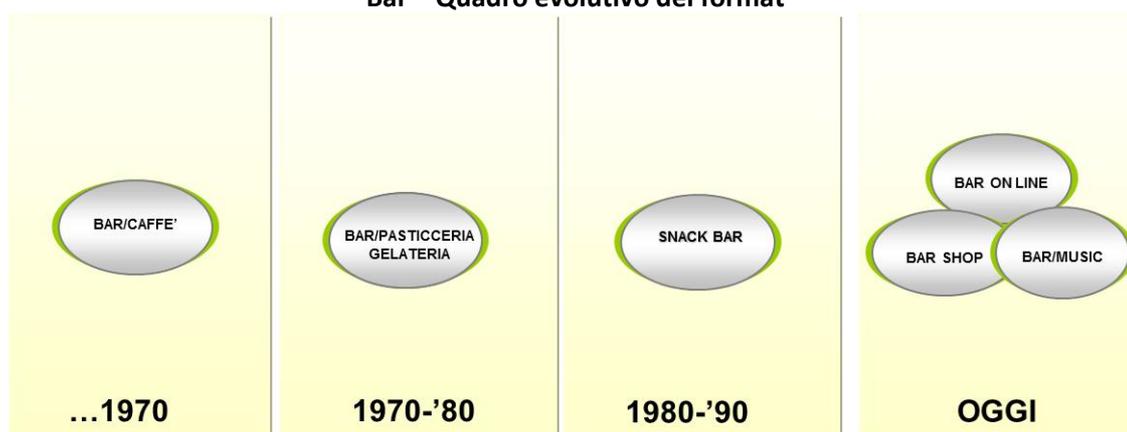
Ma è negli anni '80 che si sviluppa, sotto la spinta di una domanda di pasti funzionali che soprattutto nei grandi centri urbani diventa importante, la presenza di un'offerta foodben caratterizzata.

Bar - Quadro evolutivo dell'offerta



Prende consistenza un nuovo format di esercizio chiamato "lunch bar" che rappresenta un ponte tra la formula bar e quella del ristorante per soddisfare le esigenze alimentari del pranzo di milioni di persone. Non si deve trascurare, infatti, che sono circa 12 milioni gli italiani che per diverse ragioni pranzano abitualmente fuori casa in una mensa, in un bar, in un ristorante o direttamente sul luogo di lavoro.

Bar – Quadro evolutivo dei format



Nel decennio che segue il bar prosegue nel cambiamento della propria fisionomia. A bevande e food si affiancano nuovi servizi a cominciare da quelli prevalenti di intrattenimento per arrivare a quelli di tipo commerciale sia tradizionali che innovativi. Questi format continuano ad essere minoritari ma la loro presenza è sufficientemente diffusa.

Con riferimento all'incrocio tra modalità di fruizione, modelli di consumo e combinazione di prodotti e servizi è possibile definire quattro differenti macro-tipologie di bar.

Gli specializzati sono caratterizzati dalla forte incidenza del consumo di specifici prodotti e/o servizi e da modalità di fruizione ben definite (colazione, pranzo, sera, ecc.). La variante è rappresentata da quegli esercizi in cui il consumo non avviene soltanto all'interno del locale ma anche fuori per mezzo dell'asporto (gelaterie, pasticcerie). All'opposto ci sono gli esercizi in cui è presente una buona integrazione tra le caratteristiche tradizionali del bar con quelle di altri servizi. E' il caso dei locali serali dove insieme a bevande e food si trovano servizi di intrattenimento.

Segmentazione bar

sedi legali e unità locali (anno 2011)

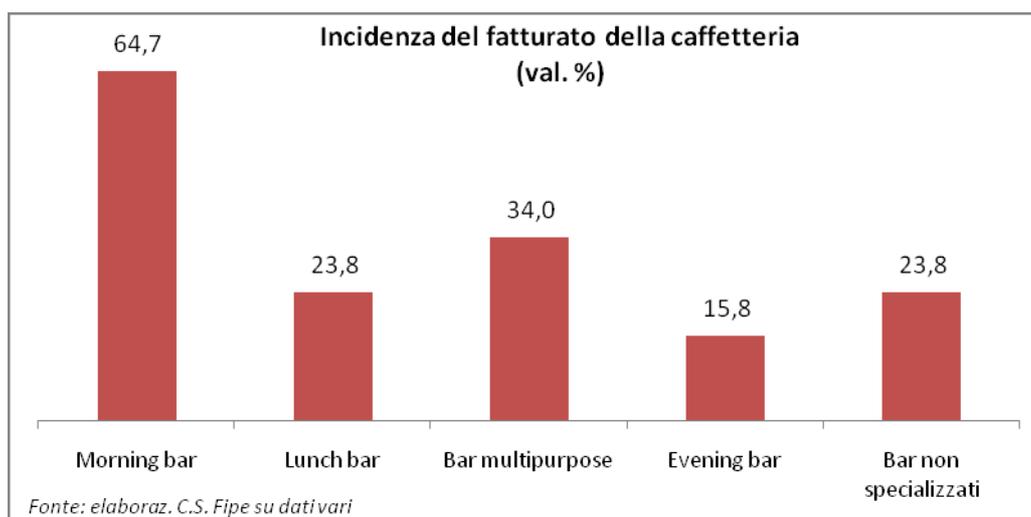
	Valori assoluti	Valori %
Specializzati	131.355	76,1
Bar con prevalente vendita di alcolici	20.314	11,8
Bar con sala da biliardo	23.084	13,4
Bar/latteria	3.433	2,0
Bar/caffè tradizionali	26.119	15,1
Bar di paese	16.345	9,5
Bar stagionali	9.517	5,5
Snack bar	19.801	11,5
Bar/pizzeria	7.076	4,1
Bar corner (centri commerciali)	5.666	3,3

Specializzati con take away	25.637	14,9
Bar/past./gelat.	25.637	14,9
Integrati	12.429	7,2
Bar con intrattenimento	3.633	2,1
Bar/tabacchi	8.796	5,1
Integrati con take away	3.151	1,8
Bar in stazioni ferroviarie	1.778	1,0
Bar in stazioni di servizio	1.373	0,8
Totale	172.572	100

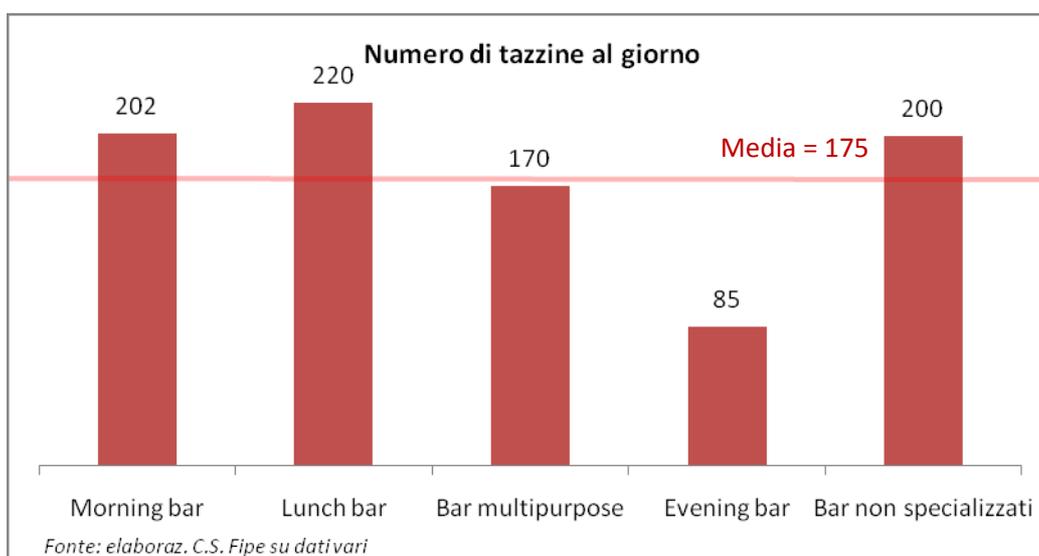
Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati vari

LA CAFFETTERIA

La caffetteria, abbiamo visto, è il prodotto di punta del bar italiano. Essa rappresenta, in media, un terzo circa del volume d'affari. Naturalmente l'incidenza è funzione della specializzazione¹ dell'esercizio. E così nei bar che concentrano l'attività soprattutto nella mattina la caffetteria genera i due terzi del fatturato. All'opposto troviamo percentuali molto al di sotto del valore medio nei bar serali dove il prodotto guida è rappresentato dalle bevande alcoliche e non alcoliche.



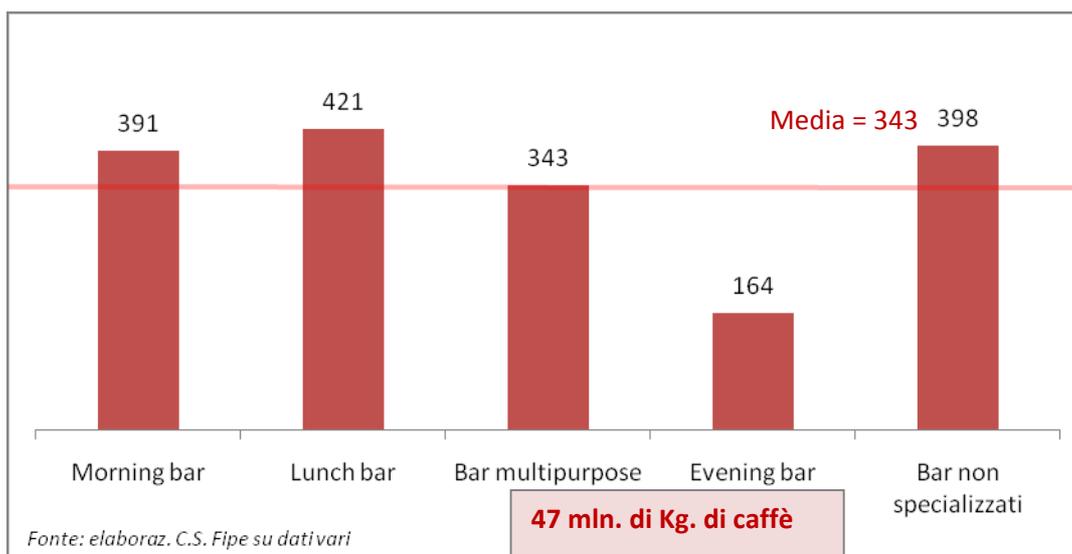
In media un bar vende circa 175 tazzine di caffè al giorno comprensiva della quota destinata ai cappuccini. Sopra la media ci sono i bar specializzati nelle colazioni, nel pranzo di mezzogiorno o quelli che non hanno una precisa caratterizzazione.



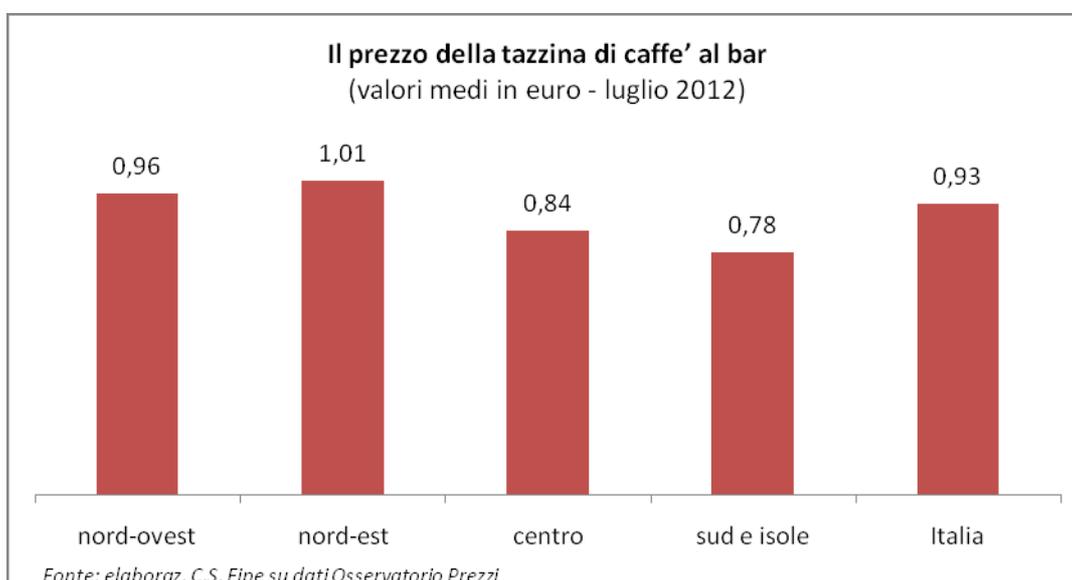
¹ Segmentazione Tradelab

L'approvvigionamento di caffè è di oltre 330 Kg./anno per un consumo complessivo di 47mila tonnellate di caffè torrefatto. La variabilità dei consumi è ampia passando dal minimo dei bar serali (164 kg./anno) al massimo dei lunch bar (421 Kg./anno).

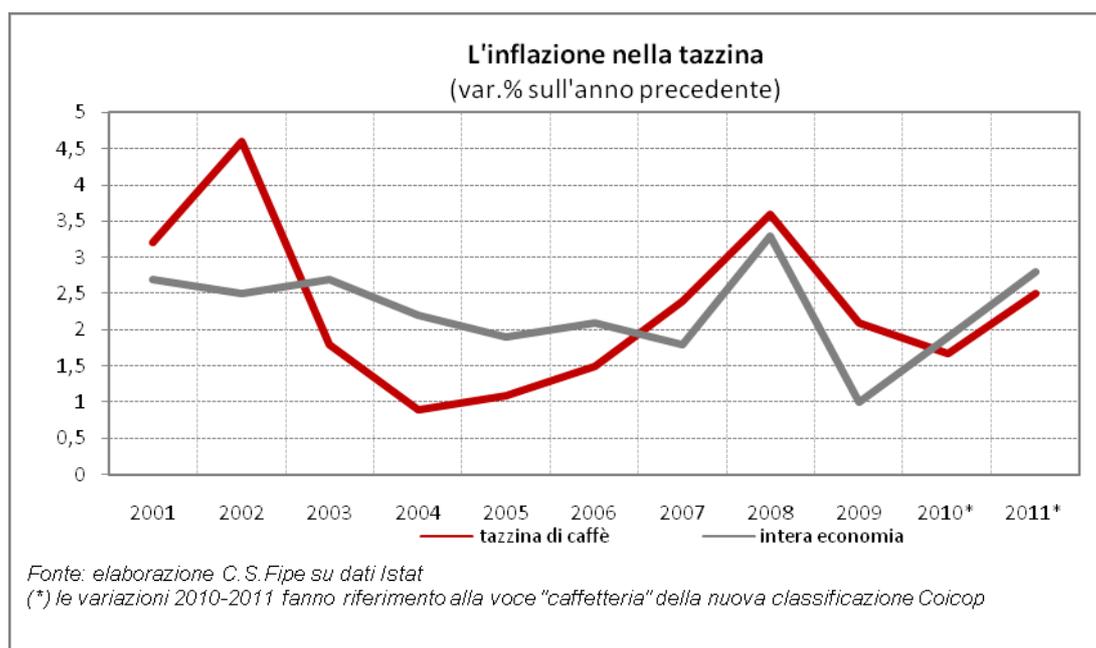
IL CAFFÈ AL BAR (acquisti in Kg.)



I prezzi di caffè e cappuccino presentano una forte variabilità lungo la penisola. Le rilevazioni effettuate nei comuni capoluogo permettono di avere una buona rappresentazione di questa geografia dei listini, pur con tutte le cautele del caso. Oggi la tazzina costa in media 93 centesimi di euro, mentre per un cappuccino di centesimi ne occorrono 125.



La tazzina di caffè è stato il freno a mano tirato dei listini dei prezzi al bar nel corso dell'ultimo decennio. Dopo il picco registrato in concomitanza con il *changeover* la dinamica dei prezzi della tazzina è stata per quattro lunghi anni inferiore a quella generale dei prezzi al consumo prima di risalirne leggermente al di sopra. Ma proprio negli ultimi tre anni la tazzina, anzi la caffetteria, ha assunto di nuovo un profilo di forte moderazione di cui stanno ampiamente beneficiando i milioni di consumatori che ogni giorno si rivolgono al bar per soddisfare le proprie esigenze di alimentazione, convivialità ed intrattenimento.



Le tabelle che seguono consentono di avere maggiore contezza della variabilità di prezzo sia del caffè che del cappuccino nelle diverse città capoluogo. Se ne ricava che oggi il caffè meno caro si consuma nei bar di Reggio Calabria o di Bari. Per il cappuccino più economico bisogna andare, invece, a Campobasso.

Il prezzo della tazzina di caffè al bar (valori medi– luglio 2012)

Capoluogo di provincia	Valori in euro	Capoluogo di provincia	Valori in euro	Capoluogo di provincia	Valori in euro
Alessandria	1,00	Gorizia	1,00	Rimini	1,02
Ancona	0,92	Grosseto	0,90	Roma	0,83
Aosta	0,99	La Spezia	1,00	Rovigo	1,00
Arezzo	0,93	l'Aquila	0,90	Terni	0,90
Asti	0,98	Lecco	0,99	Torino	1,02
Ascoli Piceno	0,86	Lodi	1,00	Trento	1,00
Bari	0,76	Milano	0,92	Treviso	0,97
Belluno	1,00	Modena	1,01	Trieste	0,98
Bergamo	1,00	Napoli	0,82	Udine	0,99
Biella	0,94	Novara	0,95	Varese	0,94
Bologna	1,03	Padova	0,99	Venezia	0,99
Bolzano	1,04	Pavia	0,97	Verbania - Cusio - Ossola	1,00
Brescia	0,97	Perugia	0,89	Vercelli	1,00
Cagliari	0,81	Palermo	0,84	Verona	0,99
Campobasso	0,83	Parma	0,99	Vicenza	1,00
Cuneo	0,99	Piacenza	1,00		
Ferrara	1,07	Pisa	0,99		
Como	0,91	Pistoia	0,93		
Cremona	1,00	Pordenone	1,00		
Firenze	0,99	Potenza	0,80		
Forlì	1,02	Ravenna	1,08		
Genova	0,94	Reggio Calabria	0,76		

Fonte: Osservatorio Prezzi

Il prezzo del cappuccino al bar (valori medi– luglio 2012)

Capoluogo di provincia	Valori in euro	Capoluogo di provincia	Valori in euro	Capoluogo di provincia	Valori in euro
Alessandria	1,26	Gorizia	1,36	Rimini	1,32
Ancona	1,30	Grosseto	1,18	Roma	1,03
Aosta	1,28	La Spezia	1,20	Rovigo	1,28
Arezzo	1,14	l'Aquila	1,10	Terni	1,12
Asti	1,10	Lecco	1,37	Torino	1,34
Ascoli Piceno	1,18	Lodi	1,34	Trento	1,36
Bari	1,12	Milano	1,26	Treviso	1,31
Belluno	1,38	Modena	1,31	Trieste	1,48
Bergamo	1,33	Napoli	1,20	Udine	1,39
Biella	1,22	Novara	1,20	Varese	1,28
Bologna	1,35	Padova	1,25	Venezia	1,31
Bolzano	1,53	Pavia	1,43	Verbania - Cusio - Ossola	1,31
Brescia	1,24	Perugia	1,40	Vercelli	1,26
Cagliari	1,01	Palermo	1,30	Verona	1,37
Campobasso	1,05	Parma	1,10	Vicenza	1,32
Cuneo	1,20	Piacenza	1,30		
Ferrara	1,24	Pisa	1,22		
Como	1,36	Pistoia	1,16		
Cremona	1,20	Pordenone	1,41		
Firenze	1,37	Potenza	1,06		
Forlì	1,21	Ravenna	1,38		
Genova	1,33	Reggio Calabria	1,25		

Fonte: Osservatorio Prezzi

