







IL BAR ITALIANO

Focus on pasticceria & gelateria



IL BAR ITALIANO

FOCUS ON PASTICCERIA&GELATERIA

-  Imprese
-  Economics
-  Occupazione
-  Prezzi
-  Segmentazione
-  Focus on “pasticceria&gelateria”

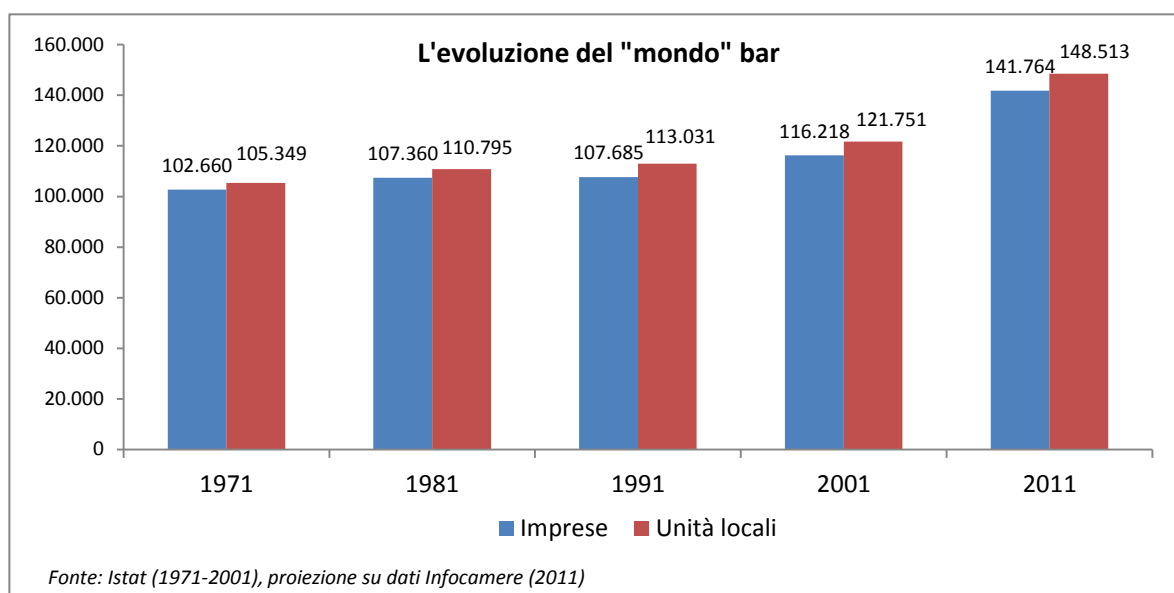
A cura di Luciano **Sbraga** – *Responsabile dell'Ufficio Studi*

Giulia Romana **Erba**

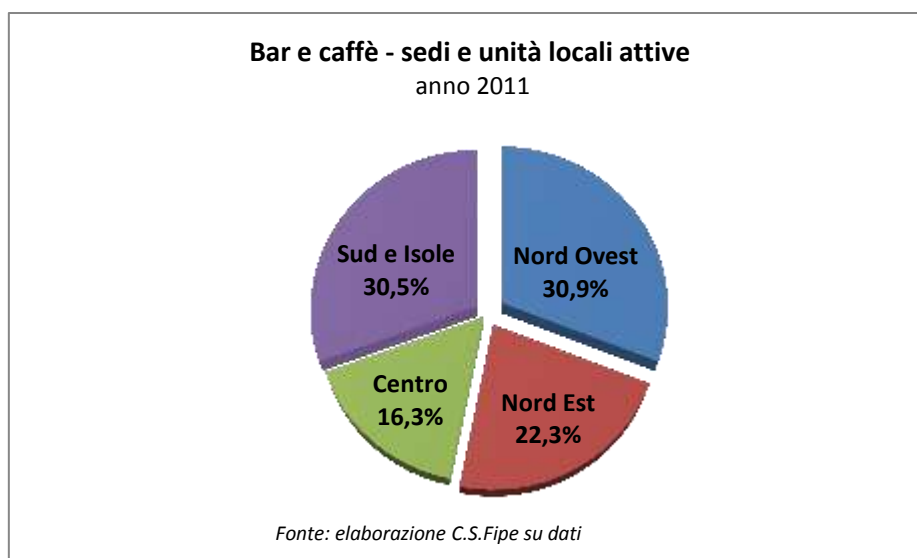
© 2013 Fipe

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 mille 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

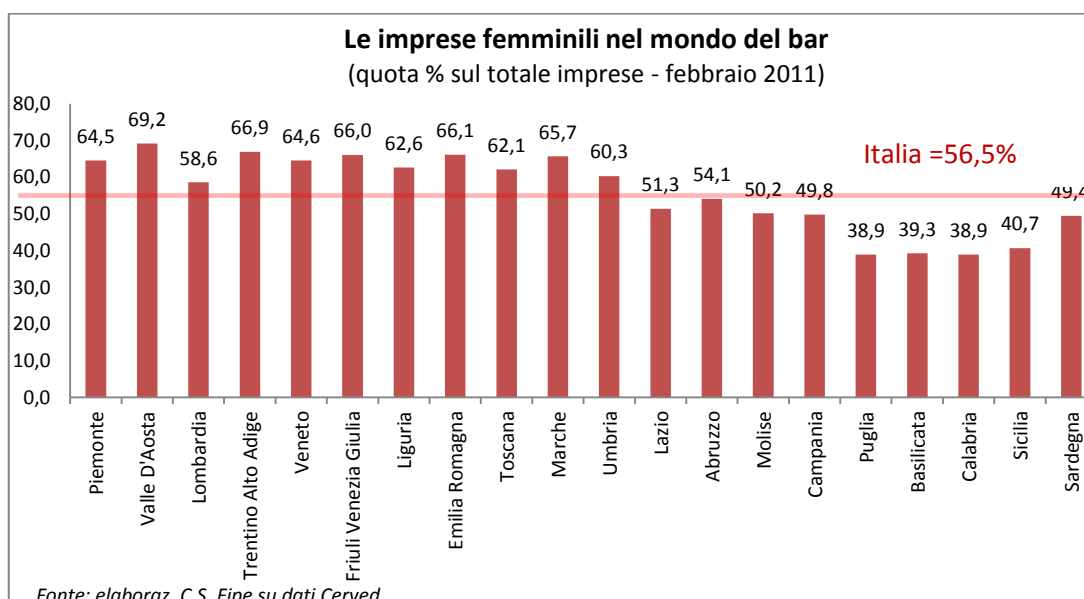
(iscritte - cessate, anno 2011) - segue

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

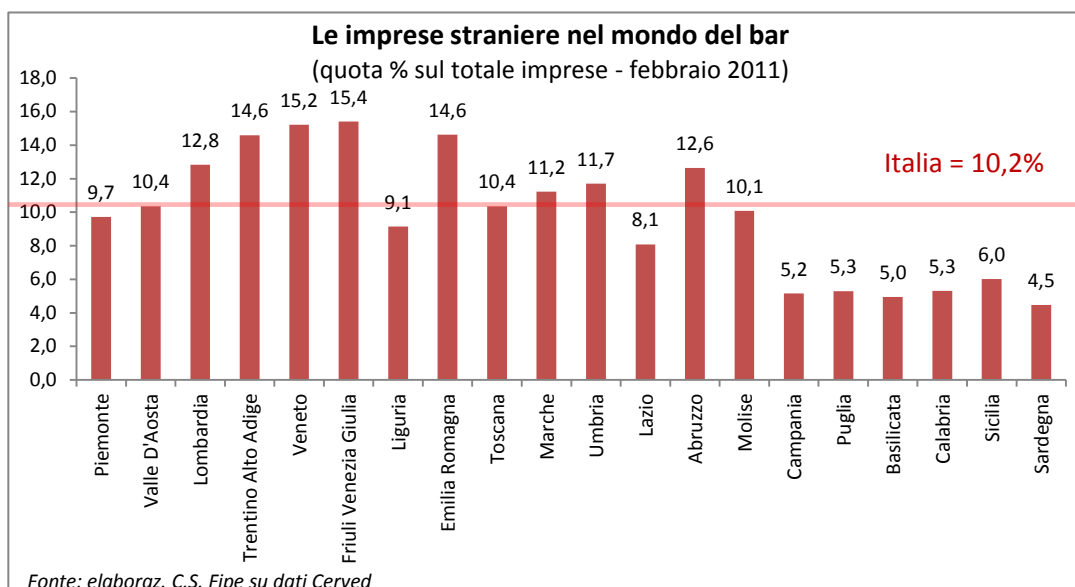
(*) al netto delle cessate di ufficio

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 dei residenti nel Mezzogiorno il bar è ancora vissuto come un luogo a forte caratterizzazione maschile.

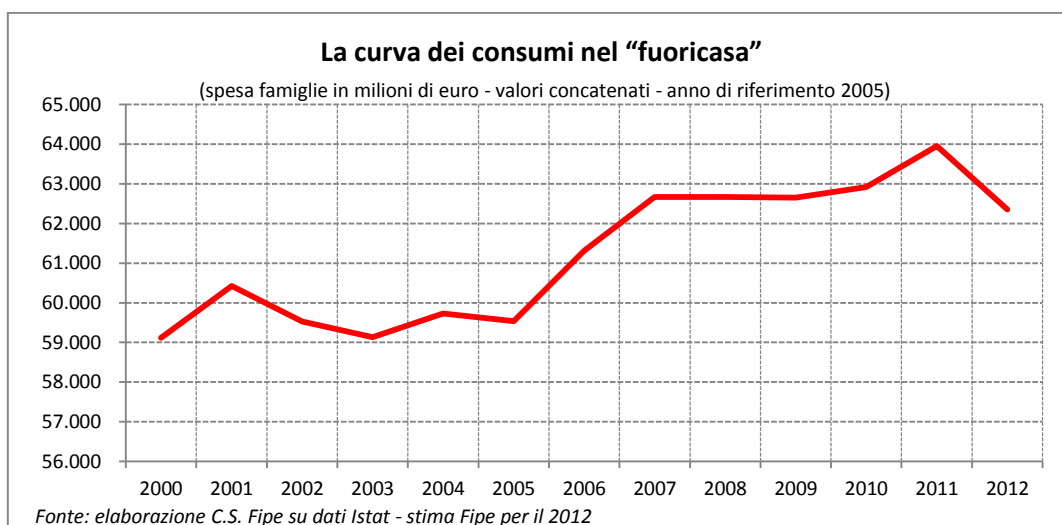


Al contempo è enormemente cresciuto il numero di imprenditori di origine straniera. La media nazionale è del 10,2%, ma in alcune regioni del nord si supera il 15%. Anche in questo caso l'incidenza più bassa si registra al sud dove il settore è ancora presidiato dall'imprenditoria interna principalmente 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%.

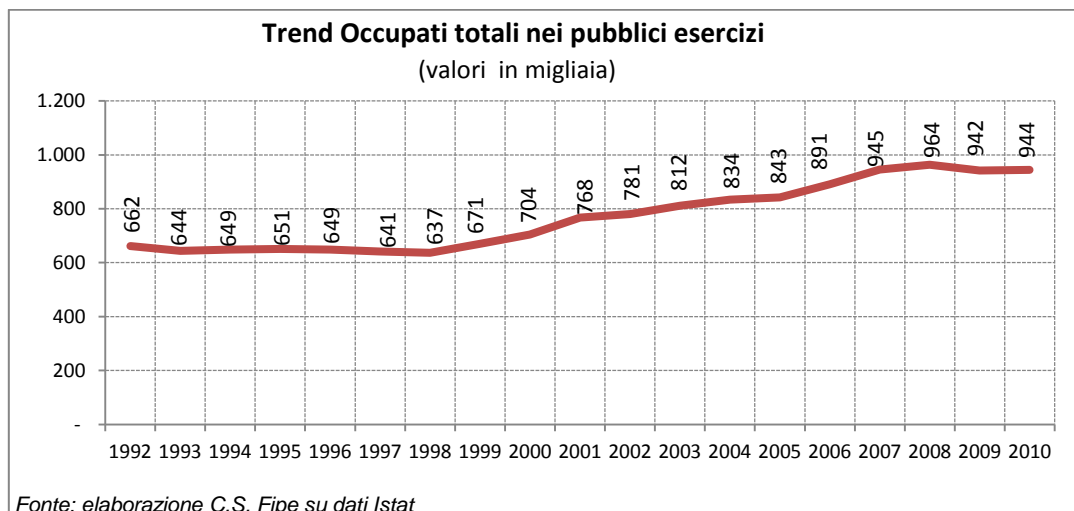
Distribuzione del fatturato del bar

	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

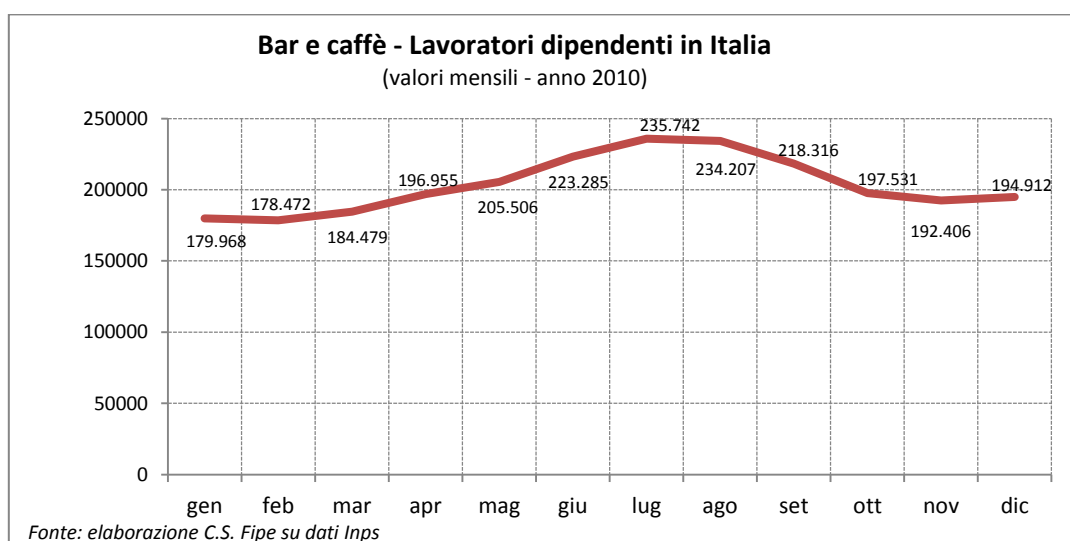
Il bar è fortemente caratterizzato dal lavoro femminile: sei lavoratori su dieci sono donne. Nel corso degli anni la presenza degli stranieri non è cresciuta soltanto tra gli imprenditori ma molto di più tra i lavoratori dipendenti. Attualmente la quota di lavoratori stranieri sul totale è del 22%.

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

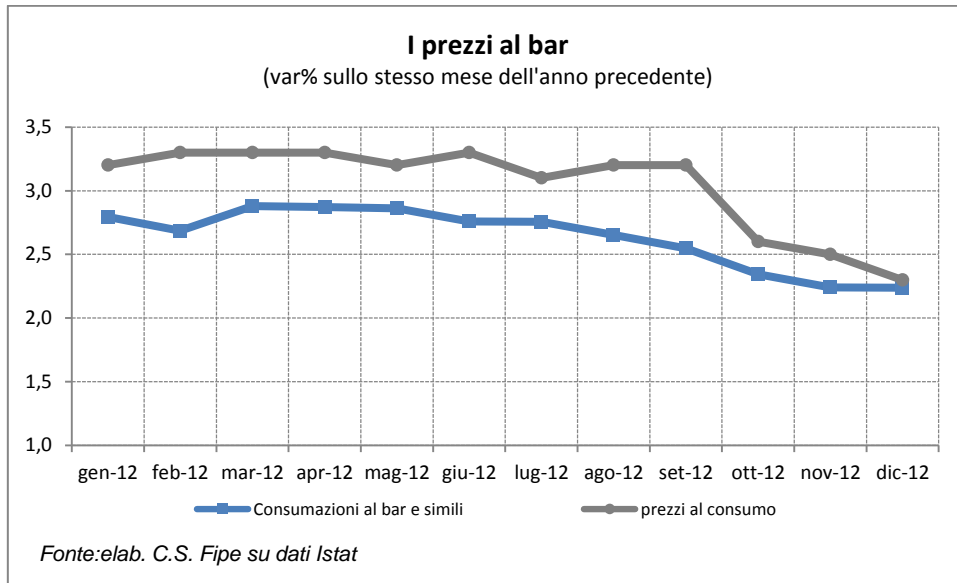
Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati inps

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.



I dati relativi al 2012 mostrano che nei listini dei bar gran parte dei prezzi hanno tenuto un profilo più moderato del tasso di inflazione generale. Soltanto per gelati ed aperitivi gli aumenti sono stati di qualche decimo di punto superiore alla soglia del 3% a cui si è attestata l’inflazione nella media del 2012.

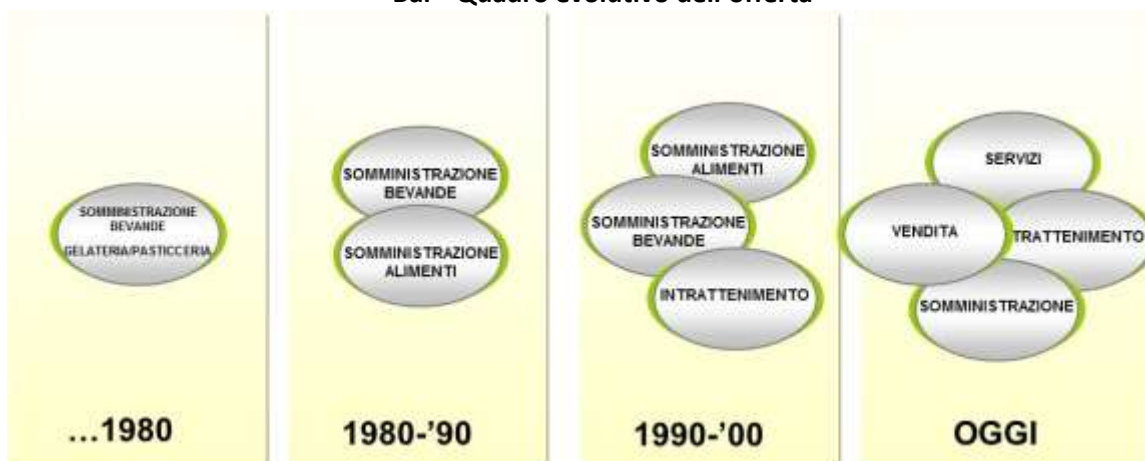


LA SEGMENTAZIONE DELL'OFFERTA

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 food ben 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

PASTICCERIA&GELATERIA

In Italia sono presenti circa oltre **18.000 imprese** che svolgono attività di gelateria e pasticceria, mille in più dell'anno prima, con un numero di addetti che può essere stimato in circa 50 mila unità. Il record di imprese lo detiene la Lombardia con una quota sul totale del 12,4%, seguono Campania con l'11,7% e Lazio e Sicilia con il 9%.

Gelaterie e Pasticcerie (anno 2010)

Regione	val. assoluti	val. %
Piemonte	1.332	7,2
Valle d'Aosta	42	0,2
Lombardia	2.301	12,4
Trentino	278	1,5
Veneto	1.375	7,4
Friuli V. Giulia	367	2,0
Liguria	596	3,2
Emilia Romagna	1.513	8,2
Toscana	1.279	6,9
Umbria	175	0,9
Marche	531	2,9
Lazio	1.755	9,5
Abruzzo	405	2,2
Molise	121	0,7
Campania	2.160	11,7
Puglia	995	5,4
Basilicata	225	1,2
Calabria	849	4,6
Sicilia	1.662	9,0
Sardegna	547	3,0
Italia	18.508	100,0

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

Ma il mondo delle gelaterie e delle pasticcerie è ben più ampio di quello rappresentato dalle attività nelle quali questi prodotti o sono esclusivi o prevalenti sul resto del servizio e/o della vendita. Ci sono bar-gelaterie, bar-pasticcerie, bar-gelateria-pasticceria ed un buon numero di attività commerciali (negozi) ed artigianali (laboratori) in cui la vendita per asporto o per il consumo sul posto di prodotti di pasticceria e gelateria rappresentano una parte rilevante della loro attività.

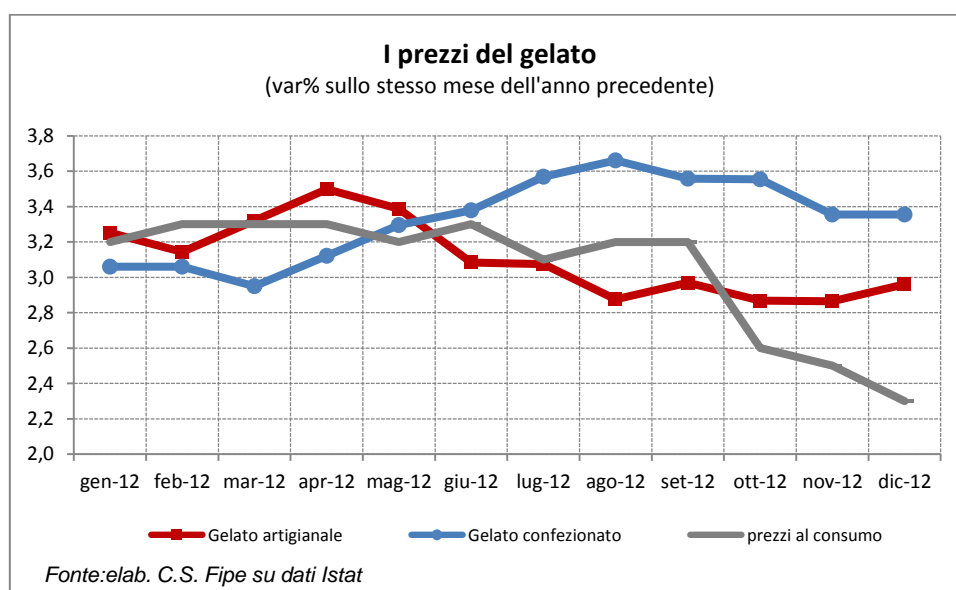
Il risultato è che il numero di attività, anche per la presenza di imprese che si stanno sviluppando in forma di catena, cresce vertiginosamente fino a sfiorare la quota delle **38 mila unità**.

Tante gelaterie e pasticcerie, tanto consumo di gelati e dolci. Limitandoci al gelato si calcola che il consumo del prodotto artigianale è di circa **165.000 tonnellate**, poco più di 2,7 kg. pro-capite/anno, per un giro di affari stimato in 2,5 miliardi di euro, che arrivano a 3,2 miliardi di euro se si aggiunge il valore delle macchine/attrezzature e quello dell'arredamento.

Per quanto riguarda i consumi di gelato, oltre la metà (il 52%) è concentrata nelle regioni del Nord, dove il prodotto viene acquistato con una certa costanza durante l'intero arco dell'anno. Per contro nel Sud, dove

si consuma il 30% del gelato italiano, le vendite sono concentrate soprattutto nel periodo estivo. Nell'Italia centrale, infine, si consuma il 18% di gelato. Ma il consumo di gelato si sta progressivamente destagionalizzando, anche se i picchi si registrano ancora in corrispondenza della stagione estiva quando la rete di esercizi è al massimo delle aperture.

Il prezzo del gelato artigianale è cresciuto, nella media del 2012, del 3,2%, due decimi di punto al di sopra del tasso di inflazione generale. Nello stesso periodo il gelato industriale ha fatto registrare un aumento di poco superiore, ovvero del 3,3%. La dinamica mensile mostra significative differenze nell'aggiornamento dei listini del prodotto artigianale e di quello industriale. Nel primo caso si ha un picco forte ad inizio della stagione che coincide con il mese di aprile a cui segue un profilo di maggiore moderazione nei mesi successivi. Nel caso del prodotto industriale i maggiori tassi di incremento dei listini si registrano durante i mesi estivi, un fenomeno che va con tutta probabilità collegato alle vendite degli esercizi stagionali nei luoghi di vacanza.



Tra i *concept* di gelateria si stanno facendo largo principalmente due tendenze: la gelateria “trendy” specializzata nell’intercettare la movida notturna specie nei bacini del divertimento e la gelateria in rete, ovvero una serie di esercizi a marchio sia a gestione diretta che in franchising dove vengono “rinvenute” basi pronte di ottima qualità da guarnire con toppings naturali e freschi (cereali, frutta, frutta secca, ecc..).

In termini di gusti le creme prevalgono sulla frutta con cioccolato e nocciola in testa alle preferenze degli italiani.

DESCRIZIONE DEGLI ESERCIZI

PUBBLICI ESERCIZI

📌 GELATERIE STAGIONALI

L’attività delle imprese del cluster consiste prevalentemente nella vendita e/o somministrazione di prodotti di gelateria di produzione propria (94% dei ricavi). Il periodo di apertura degli esercizi del cluster è pari a 143 giorni l’anno. Nelle imprese del cluster, in prevalenza ditte individuali (66% dei casi) e società di persone (30%), sono occupati 1-2 addetti. I locali destinati allo svolgimento dell’attività comprendono spazi interni per la vendita e/o la somministrazione di 20 mq e superfici utilizzate per la preparazione (laboratorio, cucina) di 15 mq.

La dotazione di beni strumentali è composta da banconi gelateria da 18 vaschette, 1 montapanna, 1 granitore, 1 pastorizzatore, 1 mantecatore e armadi frigo con capacità di circa 400 litri.

🚦 GELATERIE

L'attività delle imprese del cluster consiste prevalentemente nella vendita e/o somministrazione di prodotti di gelateria di produzione propria (96% dei ricavi). Nelle imprese del cluster, in prevalenza ditte individuali (50% dei casi) e società di persone (43%), sono occupati 2 addetti. I locali destinati allo svolgimento dell'attività comprendono spazi interni destinati alla vendita e/o alla somministrazione di 28 mq e superfici utilizzate per la preparazione (laboratorio, cucina) di 19 mq.

La dotazione di beni strumentali è composta da armadi frigo con capacità di circa 710 litri, banconi gelateria da 25 vaschette, 1 montapanna, 1 pastorizzatore, 1 mantecatore e 1 granitore.

🚦 PASTICCERIE

L'attività delle imprese del cluster consiste prevalentemente nella vendita e/o somministrazione di prodotti di pasticceria di produzione propria (72% dei ricavi). Nelle imprese del cluster, in prevalenza ditte individuali (51% dei casi) e società di persone (43%), sono occupati 3 addetti. I locali destinati allo svolgimento dell'attività comprendono spazi interni destinati alla vendita e/o alla somministrazione di 46 mq dotati di 18 posti a sedere (51% dei casi) e superfici utilizzate per la preparazione (laboratorio, cucina) di 40 mq.

La dotazione di beni strumentali è composta da banconi bar di 3 metri lineari, macchine da caffè espresso con 1 gruppo caffè, armadi frigo con capacità di circa 780 litri, 1 impastatrice e 1 montapanna.

🚦 BAR-PASTICCERIE

L'attività delle imprese del cluster consiste prevalentemente nella somministrazione di prodotti di pasticceria di produzione propria (37% dei ricavi), prodotti di caffetteria e lieviti (28%), prodotti di gelateria (10%) e bevande analcoliche (9%). Nelle imprese del cluster, in prevalenza ditte individuali (47% dei casi) e società di persone (44%), sono occupati 4 addetti. I locali destinati allo svolgimento dell'attività comprendono spazi interni destinati alla vendita e/o alla somministrazione di 57 mq dotati di 14 posti a sedere e superfici utilizzate per la preparazione (laboratorio, cucina) che misurano 38 mq.

La dotazione di beni strumentali è composta da banconi bar di 5 metri lineari, macchine da caffè espresso con 2 gruppi caffè, armadi frigo con capacità di circa 790 litri, 1 montapanna, 1 pastorizzatore, 1 impastatrice e banconi gelateria da 10 vaschette.

🚦 BAR-GELATERIE

L'attività degli esercizi del cluster consiste prevalentemente nella somministrazione di prodotti di gelateria di produzione propria (48% dei ricavi), prodotti di caffetteria e lieviti (20%), bevande analcoliche (11%) e birra (4%). Nelle imprese del cluster, in prevalenza ditte individuali (49% dei casi) e società di persone (44%), sono occupati 2-3 addetti.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività comprendono spazi interni destinati alla vendita e/o alla somministrazione di 54 mq con 20 posti a sedere; il 59% degli esercizi dispone, inoltre, di 45 mq di spazi esterni destinati alla somministrazione con 30 posti a sedere. Inoltre, sono presenti superfici utilizzate per la preparazione (laboratorio, cucina) di 18 mq.

La dotazione di beni strumentali è composta da banconi bar di 4 metri lineari, macchine da caffè espresso con 2 gruppi caffè, banconi gelateria da 20 vaschette, armadi frigo con capacità di circa 600 litri, 1 montapanna, 1 pastorizzatore e 1 mantecatore.

NEGOZI**✚ PASTICCERIE**

Le aziende del cluster sono per il 62% ditte individuali e per il 27% società di persone, con una struttura composta da 2 addetti. Nel 58% dei casi non si fa ricorso a personale dipendente. Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono pari a 35 mq di locali per la vendita al dettaglio e 17 mq di magazzino. La localizzazione è autonoma e la tipologia di vendita è assistita. Le aziende del cluster effettuano prevalentemente commercializzazione di prodotti di terzi (71% dei ricavi) e vendono a privati (82% dei ricavi), su un'area di mercato comunale. Coerentemente con la tipologia di clientela prevalente la vendita con scontrino rappresenta l'86% dei ricavi. L'assortimento di prodotti di terzi commercializzati si compone principalmente di pasticceria fresca (23% dei ricavi), prodotti lievitati da forno (17%), pasticceria secca (10%) e biscotteria (10%). La dotazione di beni strumentali è costituita da 1 bilancia automatica, 2 scaffali, 1 armadio frigorifero ed 1 bancone frigorifero.

✚ PASTICCERIE DI GRANDI DIMENSIONI

Le aziende appartenenti al cluster sono in prevalenza società di persone (48% dei soggetti) e ditte individuali (45%), con una struttura composta da 5 addetti, di cui 3 dipendenti. Le superfici sono articolate in 72 mq di produzione, 34 mq di magazzino e 56 mq di locali per la vendita al dettaglio, con una localizzazione generalmente autonoma e tipologia di vendita assistita. Le aziende del cluster effettuano in prevalenza la produzione con vendita diretta al dettaglio di prodotti propri (76% dei ricavi); i prodotti vengono commercializzati principalmente senza marchio (51% dei ricavi). La tipologia di clientela è rappresentata soprattutto da privati (85% dei ricavi) e l'area di mercato si estende dall'ambito comunale a quello provinciale; la vendita con scontrino costituisce l'87% dei ricavi. Le materie prime utilizzate sono: farina (16% degli acquisti), latte e derivati (13%), zucchero e derivati (12%), semilavorati (12%), oli e grassi animali e vegetali (8%) ed ovoprodotti (8%). I prodotti commercializzati sono principalmente pasticceria fresca (33% dei ricavi), prodotti lievitati da forno (12%), pasticceria salata (8%) e pasticceria secca (9%). La dotazione di beni strumentali è costituita da 1 raffinatrice, 1 temperatrice (46% dei casi), 1 pastorizzatore, 1 freezer/mantecatore, 1 forno lineare, 1 forno rotore (35%), 1 sfogliatrice, 1 impastatrice, 1 bilancia automatica, 4 scaffali, 3 armadi frigoriferi, 2 banconi frigorifero ed 1 forno a microonde.

LABORATORI**✚ SPECIALIZZATI NELLA PRODUZIONE DI PRODOTTI A BASE DI CACAO E CIOCCOLATO**

Le aziende appartenenti al cluster sono in prevalenza società (di persone nel 40% dei casi, di capitali nel 23%), ma anche ditte individuali (37%), con una struttura composta da 4 addetti di cui 3 dipendenti. Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono articolate in 180 mq di produzione, 125 mq di magazzino, 33 mq di locali per la vendita al dettaglio e 24 mq di uffici. Le aziende del cluster effettuano sia la produzione senza vendita diretta al dettaglio (53% dei ricavi) che quella con vendita diretta (40%). I prodotti vengono commercializzati prevalentemente con marchio proprio (70% dei ricavi). La clientela è rappresentata soprattutto da privati (34% dei ricavi), commercianti al dettaglio (25%) e commercianti all'ingrosso (10%); l'area di mercato si estende dall'ambito comunale a quello nazionale. La vendita con scontrino e quella con emissione di fattura si attestano rispettivamente al 37% ed al 63% dei ricavi. Le materie prime utilizzate sono in prevalenza cacao e derivati (53% degli acquisti), zucchero e derivati (9%), frutta secca (10%) e latte e suoi derivati (5%).

I prodotti commercializzati sono principalmente cioccolatini e praline (31% dei ricavi), cioccolata in tavolette (14%), altri prodotti a base di cacao (26%) e torroni e torroncini (7%).

La dotazione di beni strumentali è costituita da 2 mescolatori (30% dei casi), 1 raffinatrice (35%), 1 ricopritrice, 2 temperatrici, 1 scioglitore, 1 bassina, 1 bilancia automatica, 5 scaffali, 1 armadio frigorifero, 1 bancone frigorifero ed 1 macchina o impianto di confezionamento; è inoltre presente 1 automezzo non refrigerato con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5t (37% dei casi).

🚦 SPECIALIZZATI NELLA PRODUZIONE DI BISCOTTERIA E PASTICCERIA SECCA

Le aziende appartenenti al cluster sono per il 47% ditte individuali e per il 36% società di persone con una struttura composta da 3 addetti di cui 2 dipendenti. Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono articolate in 134 mq di produzione e 61 mq di magazzino. Nel 39% dei casi sono presenti locali destinati alla vendita al dettaglio pari a 24 mq.

Le aziende del cluster effettuano sia la produzione senza vendita diretta al dettaglio (70% dei ricavi) che quella con vendita diretta (27%); i prodotti vengono commercializzati prevalentemente con marchio proprio (74% dei ricavi). La tipologia di clientela è rappresentata soprattutto da commercianti al dettaglio (33% dei ricavi), commercianti all'ingrosso (21%), grande distribuzione (13%) e privati (17%); l'area di mercato si estende dall'ambito provinciale a quello nazionale. Il 79% dei ricavi deriva dalla vendita con emissione di fattura. Le materie prime utilizzate sono in prevalenza farina (27% degli acquisti), zucchero e derivati (16%), frutta secca (11%), oli e grassi animali e vegetali (10%) ed ovoprodotti (7%). I prodotti commercializzati sono principalmente biscotteria (26% dei ricavi), prodotti di pasticceria secca (20%) e prodotti di pasticceria fresca (10%). La dotazione di beni strumentali è costituita da 1 sfogliatrice (49% dei casi), 1 forno lineare (42%), 1 forno rotor, 1 impastatrice, 2 scaffali, 2 armadi frigoriferi (47%) ed 1 macchina o impianto di confezionamento; è inoltre presente 1 automezzo non refrigerato con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5t (nel 45% dei casi) e 2 automezzi non refrigerati con massa complessiva a pieno carico tra 3,5t. e 12t.

🚦 PICCOLI LABORATORI DI PASTICCERIA CON VENDITA AL DETTAGLIO

Le aziende appartenenti al cluster sono in prevalenza ditte individuali (71% dei soggetti) e società di persone (27%), con una struttura composta da 2 addetti di cui 1 dipendente. Nel 49% dei casi non si fa ricorso a personale dipendente. Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono articolate in 40 mq di produzione, 11 mq di magazzino e 24 mq di locali per la vendita al dettaglio; la localizzazione è autonoma e la tipologia di vendita è assistita. Le aziende del cluster effettuano quasi esclusivamente la produzione con vendita diretta al dettaglio di prodotti propri (87% dei ricavi), commercializzati principalmente senza marchio (66% dei ricavi). La tipologia di clientela è rappresentata soprattutto da privati (89% dei ricavi) e l'area di mercato è comunale; la vendita con scontrino è nettamente prevalente (93% dei ricavi). Le materie prime utilizzate sono principalmente: farina (23% degli acquisti), zucchero e derivati (14%), latte e suoi derivati (12%), ovoprodotti (8%), semilavorati (9%) ed oli e grassi animali e vegetali (8%). I prodotti commercializzati sono principalmente pasticceria fresca (39% dei ricavi), pasticceria secca (13%), prodotti lievitati da forno (10%) e pasticceria salata (8%). La dotazione di beni strumentali è costituita da 1 raffinatrice (44% dei casi), 1 freezer/mantecatore (38%), 1 forno lineare, 1 sfogliatrice (55%), 1 impastatrice, 1 bilancia automatica, 2 scaffali, 1-2 armadi frigoriferi ed 1 bancone frigorifero.

🚦 PRODUTTORI DI GELATI CON VENDITA DIRETTA AL DETTAGLIO

Le aziende appartenenti al cluster sono ditte individuali (58% dei soggetti) e società di persone (38%), con una struttura composta da 2 addetti, di cui 1 dipendente. Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono limitate a 23 mq di produzione, 10 mq di magazzino e 24 mq di locali per la vendita al dettaglio; la localizzazione è autonoma. Le aziende del cluster effettuano la produzione con vendita diretta al dettaglio di prodotti propri (94% dei ricavi); i prodotti vengono commercializzati senza marchio (70% dei

ricavi). La clientela è rappresentata da privati (95% dei ricavi), l'area di mercato è limitata all'ambito comunale. Il 98% dei ricavi deriva da vendita con scontrino.

Le materie prime utilizzate sono in prevalenza latte e suoi derivati (35% degli acquisti), semilavorati (24%) e zucchero e derivati (12%). I prodotti commercializzati sono gelati (81% dei ricavi) e torte, brioches ed altri prodotti di pasticceria e gelateria conservati nella catena del freddo (6%). La dotazione di beni strumentali è costituita da 1 pastorizzatore, 1 freezer/mantecatore, 1 macchina combinata per gelateria (33% dei casi), 1 bilancia automatica.