



IL BAR ITALIANO

FOCUS ON PASTICCERIA&GELATERIA



CONFFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



**FEDERAZIONE
ITALIANA
PUBBLICI
ESERCIZI**



IL BAR ITALIANO

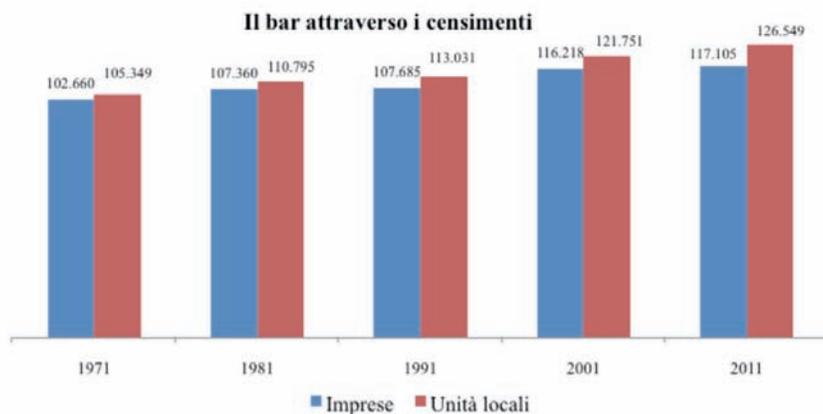
FOCUS ON PASTICCERIA&GELATERIA

LE IMPRESE	5
LA SEGMENTAZIONE DELL'OFFERTA	10
GLI ECONOMICS	14
L'OCCUPAZIONE	16
I PREZZI	20
FOCUS ON "PASTICCERIA&GELATERIA"	22

A cura di
Luciano Sbraga – Responsabile dell'Ufficio Studi
Giulia Romana Erba
© 2014 Fipe

LE IMPRESE

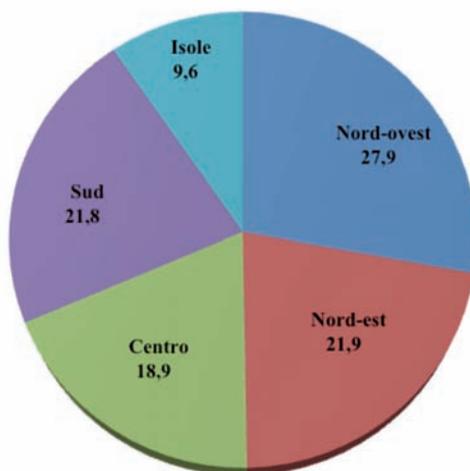
La crescita del numero delle imprese attive nel canale bar è stata progressiva. Nel 1971 se ne contavano meno di 103mila, l'ultimo censimento, quello del 2011, ne ha rilevati 127 mila. La dinamica evolutiva va letta facendo attenzione al fatto che tra il censimento del 2001 e quello del 2011 il cambiamento della classificazione delle attività economiche ha comportato un travaso di imprese dal canale bar a quello della ristorazione. Gelaterie e pasticcerie che precedentemente erano classificate nell'ambito del bar sono state spostate tra i ristoranti. La dinamica di questi ultimi dieci anni sconta, dunque, i riflessi di questo importante cambio di nomenclatura. A classificazione invariata i bar conterebbero con l'ultimo censimento circa tredicimila imprese di più. 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. Ma i bar in Italia sono molti di più. 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 ben superiore a quello di esclusiva competenza delle imprese del settore.



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

Il 50% dei bar 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.

Distribuzione percentuale dei bar per area geografica
anno 2011



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

A livello regionale è la Lombardia l'area con la maggior presenza di bar. Ve ne sono oltre 21 mila, pari al 17% del totale. Ma altrettanto importante è la diffusione dei bar in Veneto, Emilia Romagna, Lazio e Campania. A fronte di un indice di densità medio di 2,1 bar per mille abitanti vanno segnalati i valori della Valle d'Aosta (3,5), della Liguria (3,6) e della Sardegna (3,7). 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 - UNITÀ LOCALI [ANNO 2011]

Regione	Valori assoluti	Valori %	Indice di densità (bar*1000 ab.)
Piemonte	8.981	7,1	2,1
Valle d'Aosta	437	0,3	3,5
Liguria	4.613	3,6	2,9
Lombardia	21.219	16,8	2,2
Trentino Alto Adige	2.754	2,2	2,7
Veneto	11.332	9,0	2,3
Friuli-Venezia Giulia	3.264	2,6	2,7
Emilia-Romagna	10.312	8,1	2,4
Toscana	7.330	5,8	2,0
Umbria	1.751	1,4	2,0
Marche	3.203	2,5	2,1
Lazio	11.600	9,2	2,1
Abruzzo	3.433	2,7	2,6
Molise	848	0,7	2,7
Campania	10.368	8,2	1,8
Puglia	7.613	6,0	1,9
Basilicata	1.314	1,0	2,3
Calabria	3.974	3,1	2,0
Sicilia	7.522	5,9	1,5
Sardegna	4.681	3,7	2,9
Italia	126.549	100,0	2,1

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

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 non rilevare anche le implicazioni negative di tali dinamiche. Fino al 2009, anche se il dato non è riportato, il saldo è sempre stato positivo pur inglobando nelle cessazioni le cancellazioni d'ufficio, ovvero quell'attività di pulizia degli archivi camerali

tesa ad eliminare le imprese da tempo inattive. 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 2012 hanno chiuso oltre 11mila imprese determinando un saldo, stavolta al netto delle cessate d'ufficio, pari a -2.707 unità.

BAR E CAFFETTERIE – SALDO* DELLE IMPRESE PER FORMA GIURIDICA

[ISCRITTE - CESSATE, ANNO 2012]

Regione	società di capitale	società di persone	ditte individuali	altre forme	Totale
Piemonte	1	-143	-80	17	-205
Valle d'Aosta	-1	2	8	1	10
Lombardia	9	-220	-79	28	-262
Trentino	2	-72	-34	-1	-105
Veneto	-15	-219	-125	-1	-360
Friuli V.Giulia	0	-61	-43	6	-98
Liguria	-3	-83	-52	0	-138
Emilia Romagna	-8	-166	-94	2	-266
Toscana	12	-81	-67	14	-122
Umbria	1	-20	-6	2	-23
Marche	-3	-57	-23	2	-81
Lazio	-42	-150	-64	8	-248
Abruzzo	-1	-44	-9	-1	-55
Molise	2	-7	-33	0	-38
Campania	-16	-148	16	3	-145
Puglia	-1	-58	-52	1	-110
Basilicata	2	-15	-37	-5	-55
Calabria	2	-29	25	0	-2
Sicilia	3	-70	-243	1	-309
Sardegna	0	-47	-48	0	-95
Italia	-56	-1.688	-1.040	77	-2.707

(*) al netto delle cessate di ufficio

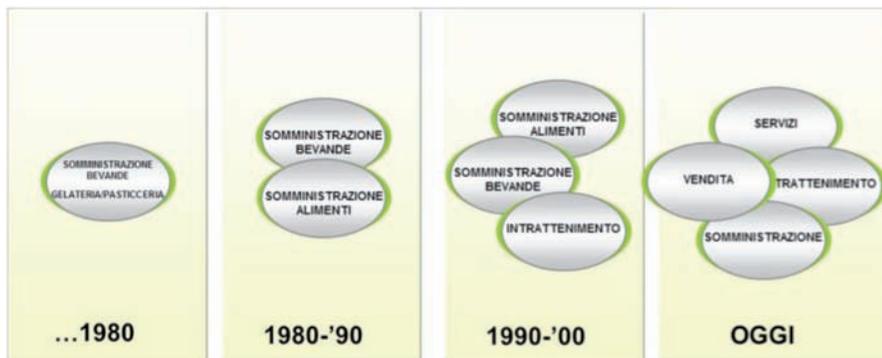
Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati Infocamere

LA SEGMENTAZIONE DELL'OFFERTA

Il bar nasce, per il combinato disposto tra le esigenze dei consumatori e le 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.

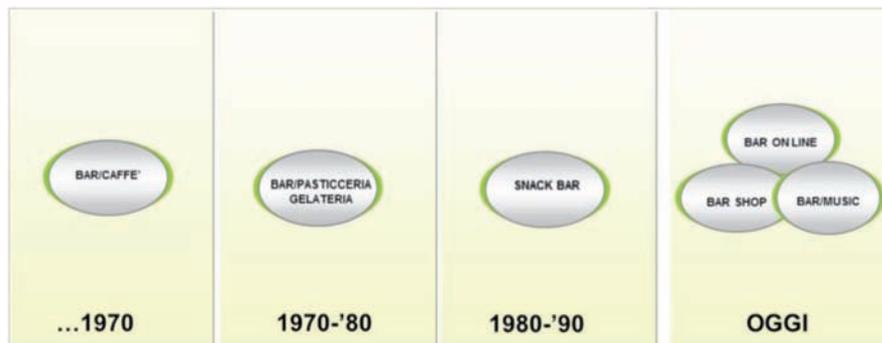
BAR - QUADRO EVOLUTIVO DELL'OFFERTA



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

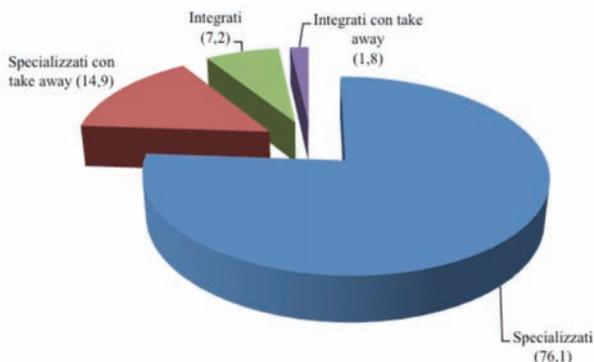


Nel decennio che segue il bar prosegue nel cambiamento della propria fisionomia. A bevande e food si affiancano nuovi servizi a cominciare da quelli prevalenti di intrattenimento per arrivare a quelli di tipo commerciale sia tradizionali che innovativi. Questi format continuano ad essere "di nicchia"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



MACRO-SEGMENTAZIONE BAR

UNITÀ LOCALI [ANNO 2011]



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

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. È il caso dei locali serali dove insieme a bevande e food si trovano servizi di intrattenimento.



SEGMENTAZIONE BAR UNITÀ LOCALI [ANNO 2011]

	Valori assoluti	Valori %
Specializzati	96.304	76,1
Bar con prevalente vendita di alcolici	14.933	11,8
Bar con sala da biliardo	16.831	13,3
Bar/latteria	2.531	2
Bar/caffè tradizionali	19.109	15,1
Bar di paese	12.022	9,5
Bar stagionali	6.960	5,5
Snack bar	14.553	11,5
Bar/pizzeria	5.189	4,1
Bar corner (centri commerciali)	4.176	3,3
Specializzati con take away	18.856	14,9
Bar/past./gelat.	18.856	14,9
Integrati	9.112	7,2
Bar con intrattenimento	2.658	2,1
Bar/tabacchi	6.454	5,1
Integrati con take away	2.278	1,8
Bar in stazioni ferroviarie	1.265	1
Bar in stazioni di servizio	1.012	0,8
Totale	126.549	100

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



GLI ECONOMICS

Nel 2012 la spesa delle famiglie in consumi alimentari fuori casa viene stimata, a prezzi correnti, in 73 miliardi di euro ed a prezzi costanti in 61,5 miliardi di euro, in calo di circa 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%.



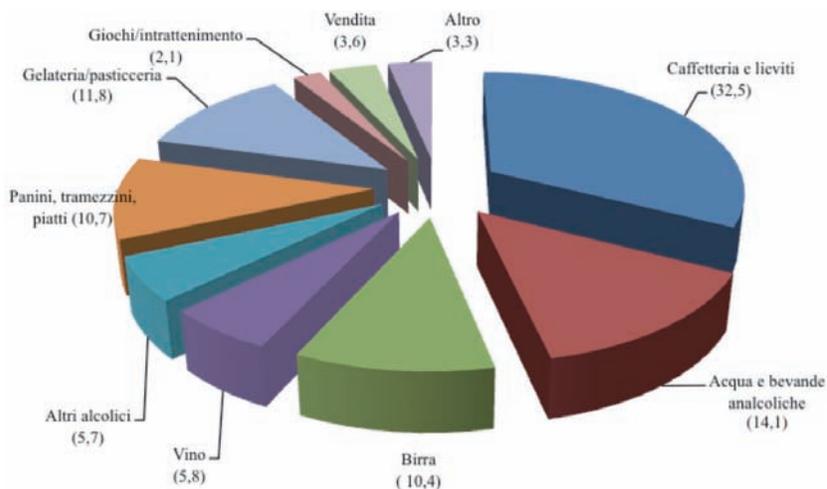
Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati Istat

Di quei 73 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.

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. %]



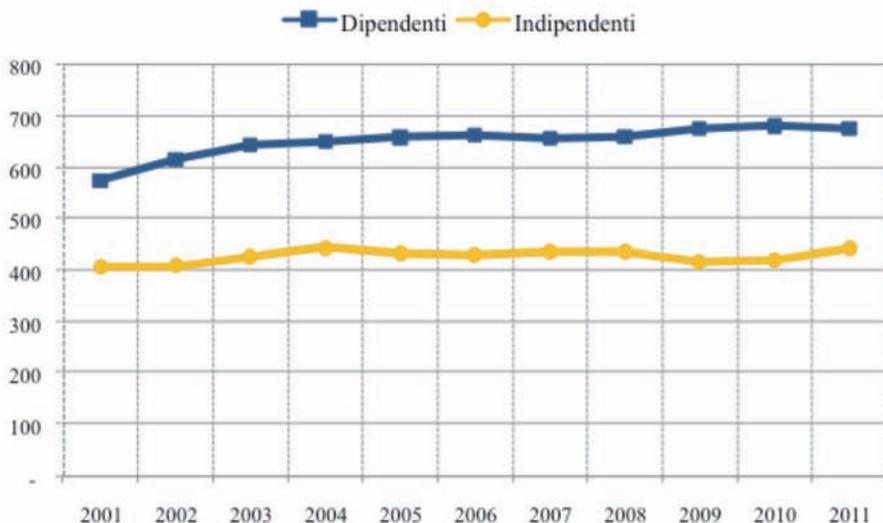
Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati aziendali

I prodotti di gelateria e pasticceria sono categorie importanti nel canale. Si stima che siano oltre diciottomila i bar che incorporano anche l'attività di pasticceria e gelateria mentre il peso di queste due categorie merceologiche costituisce il 12% del fatturato complessivo.

L'OCCUPAZIONE

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. In termini di unità di lavoro il settore supera quota 1,1 milioni.

Pubblici Esercizi: unità di lavoro
(in migliaia)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

Nel mondo del bar sono occupate, tra dipendenti ed indipendenti, 363mila persone (anno 2011). I dati provenienti dagli archivi dell'Inps permettono di contabilizzare il numero dei lavoratori dipendenti. Nel 2011 i bar italiani hanno impiegato, in media d'anno, 210.656 persone, l'86% dei quali con mansioni operative (barman, banconisti, camerieri, cassieri, ecc.). Non trascurabile il numero degli apprendisti pari a circa 23mila unità.

BAR - LAVORATORI DIPENDENTI PER QUALIFICA [ANNO 2011]

	val. assoluti	val. %
Apprendisti	22.546	10,70
Dirigenti	8	0,00
Impiegati	7.779	3,69
Operai	180.183	85,53
Quadri	74	0,04
Altro	66	0,03
Totale	210.656	100,0

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

Il 55% 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 2011]

	val. assoluti	val. %
Full time	116.775	55,4
Part time	93.880	44,6
<i>Part time Misto</i>	3.459	3,7
<i>Part time Orizzontale</i>	86.976	92,6
<i>Part time Verticale</i>	3.445	3,7
Totale	210.656	100,0

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

Il bar è fortemente caratterizzato dal lavoro femminile: sei dipendenti su dieci sono donne. Nel corso degli anni la presenza degli stranieri non è cresciuta soltanto tra gli imprenditori ma anche e soprattutto tra i lavoratori dipendenti la cui quota sul totale si attesta intorno al 22%.

BAR - LAVORATORI DIPENDENTI PER NAZIONALITÀ E SESSO [ANNO 2011]

		val. assoluti	val. %
Nazionalità	Italiano	163.829	77,8
	Straniero	46.826	22,2
Sesso	Femmina	127.449	60,5
	Maschio	83.207	39,5
Totale		210.656	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.

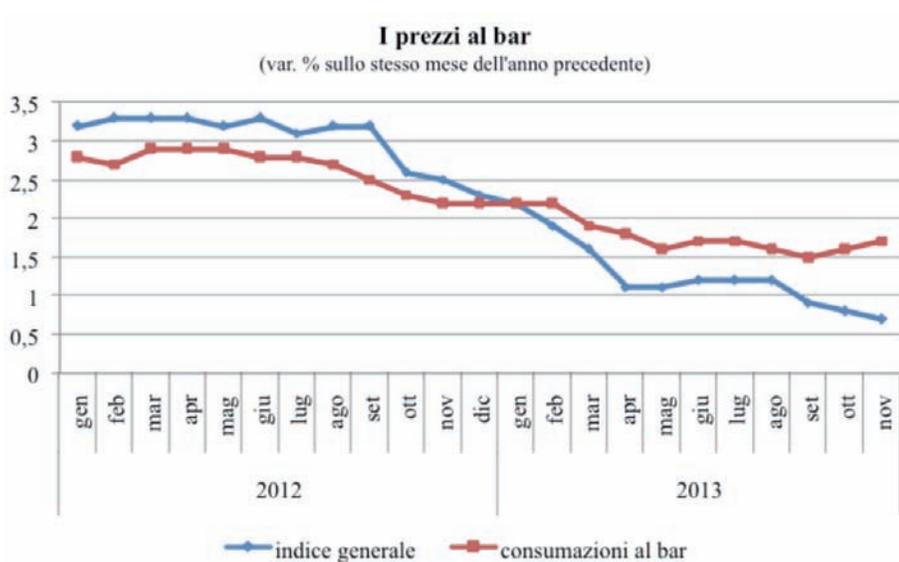
Bar e caffè - Lavoratori dipendenti in Italia
(valori mensili - anno 2011)



Fonte: elaborazione C.S. Fipe su dati Inps

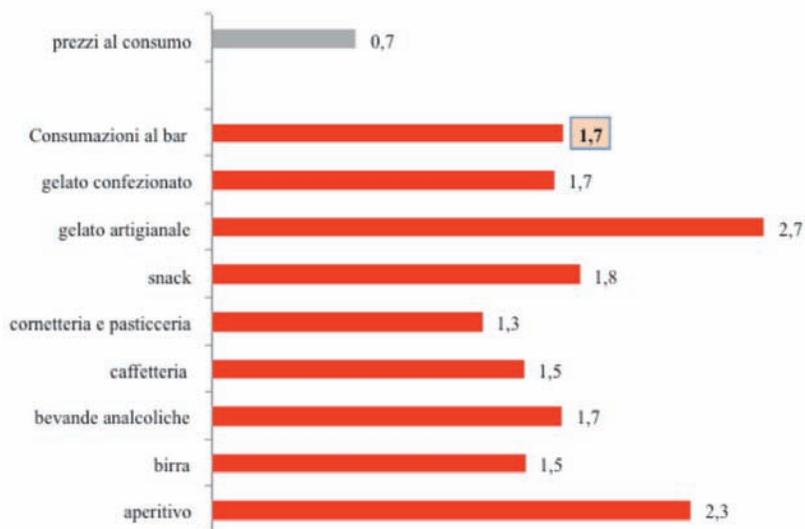
I PREZZI

I tempi dell'inflazione a due cifre sono oramai tramontati anche al bar. Nel corso 2012 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. Nel 2013 il processo di disinflazione ha continuato ad esplicare i propri effetti.



Il tendenziale del mese di novembre relativo alla caffetteria è stato dell'1,5% e addirittura dell'1,3% quello dei prodotti di pasticceria. I listini di aperitivi e gelato artigianale hanno mostrato maggiore vivacità.

I prezzi al bar (var. % nov. 2013/nov 2012)



Fonte: elaborazioni C.S. Fipe su dati Istat



PASTICCERIA&GELATERIA

L'offerta di gelateria e pasticceria non si esaurisce nell'ambito del canale bar. Ci sono molte altre imprese focalizzate in modo esclusivo su questi prodotti. In Italia, secondo i dati dell'ultimo censimento, se ne contano oltre 13.000 con un numero di addetti pari a poco meno di 40 mila unità. Il record di unità locali spetta alla Lombardia con una quota sul totale del 16,3%, seguono Veneto con il 10,1% ed Emilia Romagna con il 9,4%.

GELATERIE E PASTICCERIE [UNITÀ LOCALI - ANNO 2011]

Regione	val. assoluti	val. %
Piemonte	1.017	7,4
Valle d'Aosta	33	0,2
Lombardia	2.231	16,3
Trentino	187	1,4
Veneto	1.384	10,1
Friuli V. Giulia	330	2,4
Liguria	470	3,4
Emilia Romagna	1.293	9,4
Toscana	888	6,5
Umbria	111	0,8
Marche	346	2,5
Lazio	1.050	7,7
Abruzzo	265	1,9
Molise	56	0,4
Campania	1.099	8,0
Puglia	819	6,0
Basilicata	150	1,1
Calabria	441	3,2
Sicilia	1.156	8,4
Sardegna	397	2,9
Italia	13.723	100,0

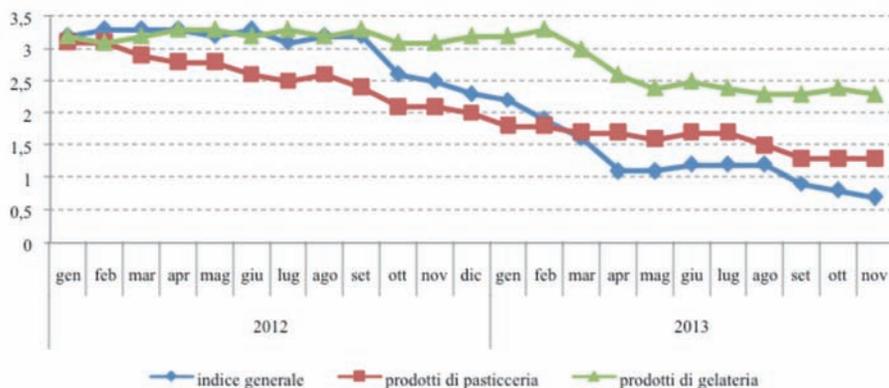
Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati Istat

Dunque non soltanto bar-gelaterie, bar-pasticcerie, bar-gelateria-pasticceria ma anche un buon numero di attività commerciali ed 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.

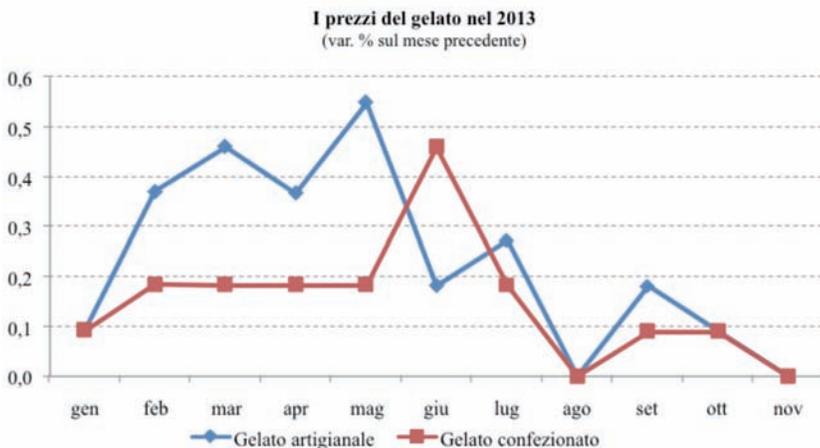
Il risultato è che il numero di attività, anche per la presenza di imprese che si stanno sviluppando in forma di catena, cresce vertiginosamente fino a sfiorare la quota delle 33 mila unità. Tante gelaterie e pasticcerie, tanto consumo di gelati e dolci. Limitandoci al gelato si calcola che il consumo 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.

I prezzi dei prodotti di gelateria e pasticceria hanno seguito il processo di disinflazione che ha interessato l'intera economia nel corso degli ultimi due anni. Più rapido per la pasticceria, più lento per la gelateria. Il tendenziale di novembre si è attestato rispettivamente all'1,3% ed al 2,3%.

I prezzi dei prodotti di gelateria e pasticceria
(var. % sullo stesso mese dell'anno precedente)



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%. Al fine di cogliere la dinamica stagionale dell'aggiornamento dei listini è utile soffermarsi sul grafico sottostante.



Fonte: elaboraz. C.S. Fine su dati Istat

I listini del gelato industriale subiscono un significativo aggiustamento proprio in prossimità dell'avvio della stagione estiva. Quelli del prodotto artigianale sono invece più anticipati. Non si tratta tanto di una diversa strategia commerciale quanto piuttosto del risultato di mercati profondamente diversi dal lato dell'offerta. Nel primo caso ci sono pochi operatori che approcciano il mercato secondo logiche commerciali definite a tavolino e dunque coordinate, nel secondo la miriade di imprese indipendenti genera una stratificazione di interventi difficilmente riconducibili ad un comune denominatore.

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 rotor (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 costi-

tuita da 1 sfogliatrice (49% dei casi), 1 forno lineare (42%), 1 forno rotore, 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/man-tecatore (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.



Collana “Le Bussole”



È il primo volume della Collana “Le Bussole” promosso da Confcommercio e FIPE.

Una guida scritta in modo concreto che affronta le principali tematiche del business della ristorazione, dalla definizione del concept al conto economico, dalla scelta della location all’organizzazione e gestione del lavoro, dai trend della domanda alle modalità promozionali off-line e on-line.

Con un approccio innovativo nel modo di vedere argomenti tradizionali, come tradizionale è fare ristorazione, la guida è unica nel panorama editoriale del settore e si propone come strumento di lavoro per i nuovi imprenditori e per coloro che già operano nel mondo della ristorazione.

La guida si può acquistare presso la propria associazione territoriale o direttamente in fiera presso lo stand FIPE

GELATERIA

PASTICCERIA

RISTORAZIONE

- Ristoranti
- Trattorie
- Osterie con cucina
- Self-service
- Free flow
- Fast food
- Pizzerie
- Tavole calde
- Spacci annessi a circoli privati
- Strutture mobili/temporanee di Fiere
- Strutture mobili/temporanee di Feste e Sagre

Ristorazione Alberghiera

- Alberghi
- Pensioni
- Ostelli per la Gioventù
- Case vacanza e strutture similari

Ristorazione nelle strutture ricettive all'aria aperta

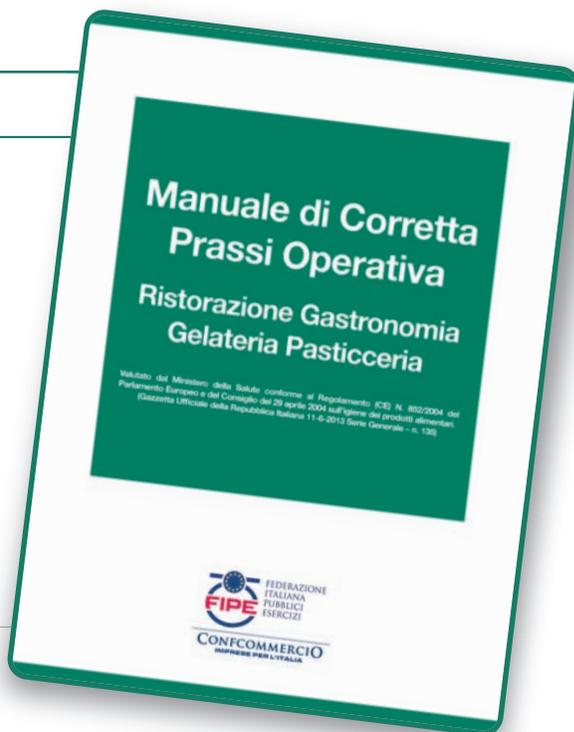
- Campeggi
- Villaggi turistici e similari

Ristorazione Collettiva

- Mense annesse a strutture pubbliche (ospedali, scuole, caserme, ecc.)
- Mense aziendali e interaziendali, scolastiche di ogni ordine e grado, sociali e assistenziali, di cliniche, di collettività religiose, ecc.
- Residenze per anziani

GASTRONOMIA

- Bar
- Birrerie
- Pub
- Paninoteche
- Enotecche
- Gastronomie



il Manuale di Corretta Prassi Operativa
si può acquistare presso
la propria associazione territoriale
o direttamente in fiera
presso lo stand FIPE



P.zza G. G. Belli, 2 - 00153 Roma - Tel 06.583921 - Fax 065818682

info@fipe.it - www.fipe.it