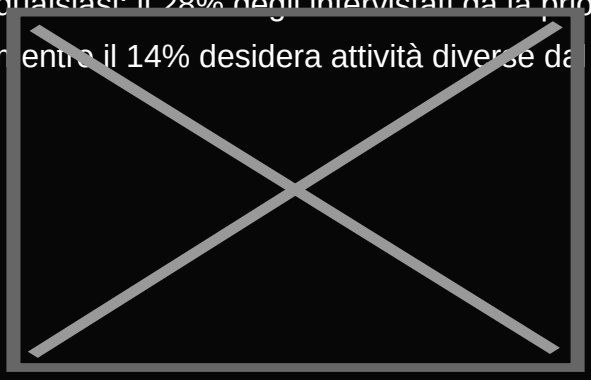
Eatertainment: il nightlife ibrido fra giochi, eventi e Food&Beverage

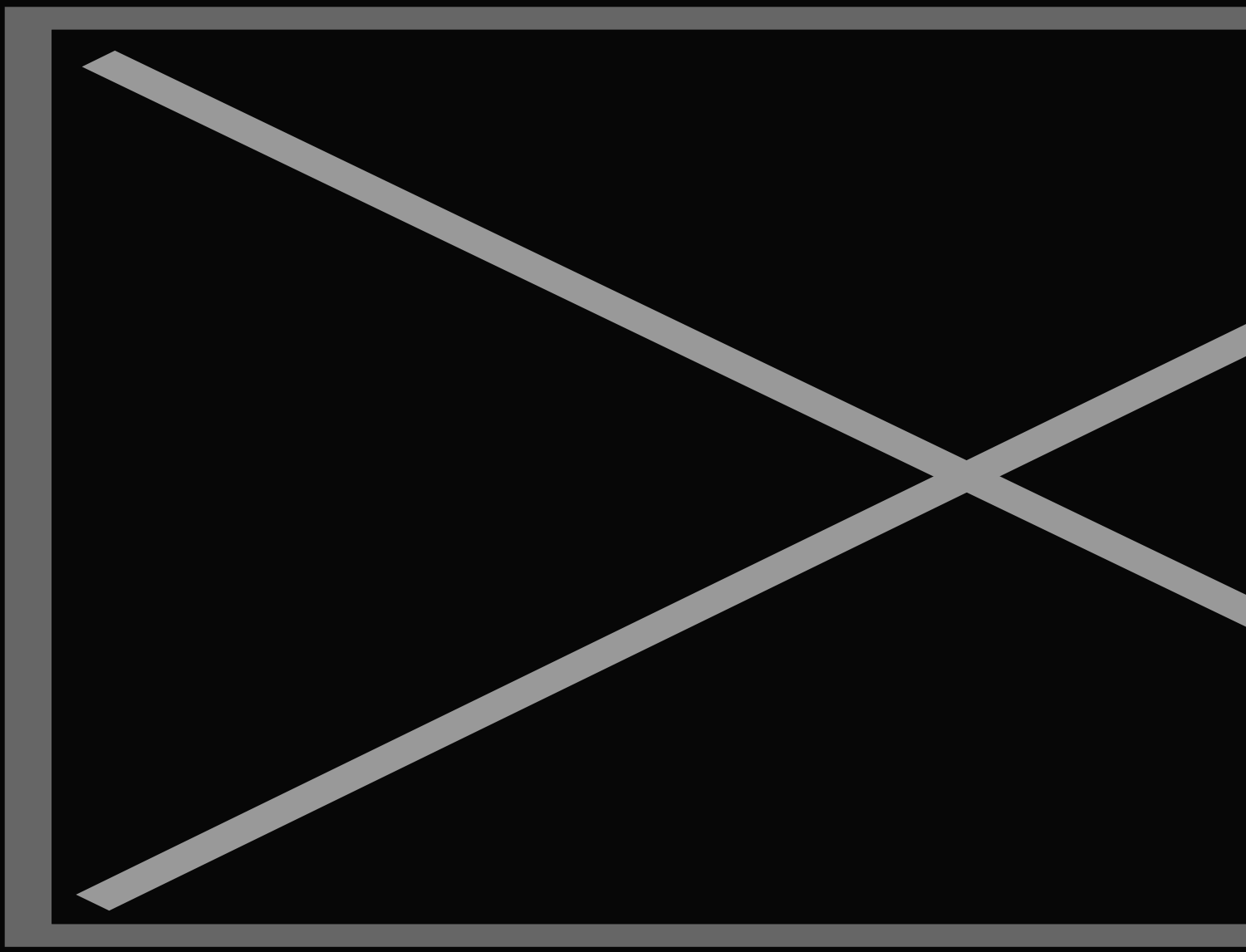
La chiamano *“eatertainment”* ed è la nuova tendenza che sta prendendo piede in maniera sempre più prepotente negli Stati Uniti, dove l’intrattenimento notturno sta rapidamente cambiando, evolvendo verso forme più ibride e complesse. Mettendo al centro il Food & Beverage, meglio se affiancato da giochi ed eventi. Location come Dave and Busters, Main Event, Scene 75 e Lucky Strike, dominano la scenda, sulla spinta dei tanti clienti che cercano di evitare locali più tradizionali. È quanto emerge da un rapporto pubblicato da SevenRooms, fornitore di piattaforme per la prenotazione di ristoranti basate sui dati, e YouGov, società di ricerche di mercato, che ha fotografato la realtà attuale dei locali notturni americani. Lo studio, intitolato: *“The New Nightlife”*, svela le preferenze dei consumatori americani per la propria vita notturna che si stanno allontanando dalle grandi folle, dalla musica ad alto volume e dall’esclusività. Il 64% non ha dubbi sul fatto di indicare che lascerà un bar o un club se affollato, mentre il 54% non entrerà neppure se troverà fila all’esterno. Non solo. Il 50% andrà altrove se la musica è troppo alta, mentre il 39% se ne andrà se ci sono più di dieci minuti di attesa per un drink. Più di un terzo (34%) non frequenterà un locale se non c’è cibo nel menù. E neppure un cibo qualsiasi: il 28% degli intervistati dà la priorità al cibo di qualità piuttosto che alla solita offerta fritta, mentre il 14% desidera attività diverse da bere, che indicano un luogo di intrattenimento con



cibo. Concerti, spettacoli comici e altre esibizioni dal vivo rappresentano l’attrazione più grande (30%), seguiti da film (15%), giochi da sala giochi (9%) e bowling (9%). Segno evidente anche della penetrazione crescente dei locali denominati “**Barcade**”, che propongono giochi arcade insieme a food&beverage, ormai molto popolari negli States, visto che

fino a qualche tempo fa i videogiochi e flipper erano quasi accantonati. Anche se in America, va detto, molto meno rispetto ad altri paesi: ma è comunque evidente anche qui la rinascita del “puro” intrattenimento. – Ebbene, di fronte alla domanda su questo tipo di luoghi, il 29% degli intervistati dichiara di preferire andare in un bar con attività, cibo e bevande in un unico posto, mentre un quarto dice di essersi divertito di più in quel luogo e che tali locali sono ideali per destinazioni notturne. E il 21% si dice disposto a spendere più soldi per una serata in un locale di intrattenimento con cibo. – SevenRooms ha incaricato YouGov di sondare le opinioni di 1.108 persone che hanno accettato di partecipare e sono rappresentative di tutti gli adulti statunitensi di età superiore ai 18 anni.

[caption id="attachment_167936" align="aligncenter" width="1203"]



I consumatori americani si allontanano dai locali notturni e dai bar tradizionali in favore di nuovi format dove il gioco affianca la ristorazione[/caption]

Quello che ne esce è uno spaccato del nuovo mondo dell'intrattenimento notturno americano. O, meglio, dell'eatertainment a stelle e strisce. Nonostante gli Stati Uniti rappresentino da sempre un campione "troppo" avanzato rispetto al resto del mondo, nel senso che le nuove tendenze che si verificano da quella parte dell'Oceano vengono riprodotte diversi anni dopo nel resto del pianeta, Europa compresa, la globalizzazione sempre più spinta che sta provocando un avvicinamento dei diversi usi e costumi, anche a distanze notevoli, sta accorciando letteralmente le distanze. Non a caso tendenze simili si registrano anche nel nostro paese e



nel Vecchio Continente più generale. Una ragione in più per i

nostri operatori per guardarsi attorno e provare ad anticipare qualche tendenza. In un momento in cui nessuno sembra più sapere cosa inventarsi di veramente "nuovo" o diverso dal solito. Del resto, è evidente come i tempi stiano cambiando un po' dappertutto. In Italia, lo abbiamo visto con le sale giochi prima (divenute ormai merce rara nella Penisola) e con le discoteche poi (si pensi alla recente chiusura dello storico "Cocoricò" di Riccione, finita su tutti i giornali durante l'estate): al punto che oggi diventa difficile anche trovare discoteche degne di tale nome. O, almeno, il cui nome possa essere associato a quell'idea di locale che avevamo in testa fino a qualche tempo fa. I tempi cambiano, insieme alle persone, le esigenze, e le abitudini. E con essi, cambiano di conseguenza anche i locali.



La rivista mensile GiocoNews e il quotidiano online GiocoNews.it rappresentano il network di riferimento per l'industria del gioco pubblico. Il prodotto cartaceo, distribuito in tutte le aziende del settore in Italia e nei principali centri di gioco italiani e dei territori limitrofi, è lo strumento di approfondimento delle più importati tematiche di business, politica, economia, ma anche di costume, società e life style. L'ultimo nato nella famiglia di GiocoNews è il quotidiano del giocatore www.GiocoNewsPlayer.it dove puoi trovare anche il localizzatore degli ambienti di gioco