

Pasticcerie e gelaterie all'insegna di innovazione

3-a38a8821

Tradizione che innova e si rinnova. Per un innesto di vitalità in tutto il settore dei pubblici esercizi, con particolare riferimento a gelaterie e pasticcerie. Ecco come si presenta il quadro delineato dalla [Fipe](#) – Federazione Italiana Pubblici Esercizi, che in occasione di Host presenta le ultime elaborazioni messe a punto dall'Ufficio Studi: i numeri parlano di una significativa crescita di gelaterie e pasticcerie, per un totale di 19.059 unità nel 2014, con una crescita del 3% rispetto al 2010. Ma l'offerta di gelateria e pasticceria non si esaurisce in questi numeri. *«Ci sono altri 19.000 locali che all'attività di bar affiancano quelle di gelateria e pasticceria. Stiamo parlando dunque di un settore che impiega complessivamente 93mila addetti – dice a questo proposito il Direttore dell'Ufficio Studi Fipe, **Luciano Sbraga**. Non soltanto bar-gelaterie e bar-pasticcerie, ma anche un buon numero di attività commerciali e 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 39mila unità.

[FIFE](#) Parlando invece nello specifico dei bar, si contano in termini assoluti 126.549 unità sul territorio nazionale, di cui 18.856 sono locali che uniscono in una sola proposta caffetteria, pasticceria e gelateria. Guardando alla distribuzione del fatturato dei bar si evidenzia che i prodotti di gelateria e pasticceria incidono complessivamente per l'11,8%. I driver alla base di questo scenario sostanzialmente positivo sono legati all'approccio sempre più innovativo messo in campo dagli operatori per creare nuove occasioni di incontro e fidelizzazione con una clientela ogni giorno più consapevole, informata ed esigente. Un excursus che si traduce ad esempio con la messa a punto di nuovi format in cui il bar racchiude in una sola anima un corpus di proposte che vanno dalla colazione al dopocena senza dimenticare merenda e happy hour, la destagionalizzazione che porta il gelato a trasformarsi in un'occasione di consumo 365 giorni all'anno, il ricorso ai social network da parte degli esercenti per promuovere le proprie attività attraverso immagini, contest, e news curiose di

enogastronomia.

Insomma, la parola d'ordine per i locali del futuro dovrà essere *innovazione* sotto tutti i punti di vista: questo è uno dei focus attraverso cui si snoda la proposta di Fipe a Host con alcuni importanti appuntamenti quali i talk show “I pubblici esercizi e la filiera del dolce. Qualità, prodotti e approvvigionamento” e “Nuovi trend, nuovi format. Layout, servizi e formule emergenti nella pasticceria e gelateria”. Tra gli aspetti di maggiore interesse dei due appuntamenti non mancherà la presentazione di alcuni casi di successo che testimoniano quanto il restare al passo con i tempi, o addirittura il precorrerli, sia di fondamentale importanza per creare un rapporto di fiducia con la clientela e distinguersi nel variegato panel di proposte.

Un esempio è rappresentato da **Ciacco Gelato**, gelateria di Parma nata dall'estro di un giovane imprenditore che fa dell'attenzione alle diverse esigenze della clientela il proprio core business di riferimento, offrendo a vegetariani e vegani la possibilità di apprezzare un gelato gustoso e di qualità, prestando particolare attenzione al tema degli allergeni e delle intolleranze alimentari; la **Pasticceria Cucchi** di Milano, che porta il panettone a trasformarsi da prodotto tipicamente natalizio a dolce da consumare e gustare per tutto l'anno, puntando al tema della destagionalizzazione, sempre più di tendenza all'interno dei nuovi format; **D&G Patisserie** che ha sviluppato un progetto di internazionalizzazione della pasticceria di qualità “made in Italy” con l'apertura di un punto vendita di 6.000 metri quadrati a Bangkok in Thailandia; e ancora la **Gelateria della Musica** di Milano che focalizza la propria attenzione sulla qualità e l'artigianalità del proprio prodotto, trasformando il gelato in un'occasione di consumo paragonabile all'ascolto di un concerto di buona musica.