



TradeLab Away From Home

**PREZZI AL BAR TRA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA E PROPOSTA DI
VALORE**



22 Settembre 2026

Bruna Boroni – Director Industry AFH

I consumi fuori casa valgono oltre 102 miliardi di euro



Valore dei consumi
fuori casa

102 miliardi

Occasioni di consumo
fatte fuori casa

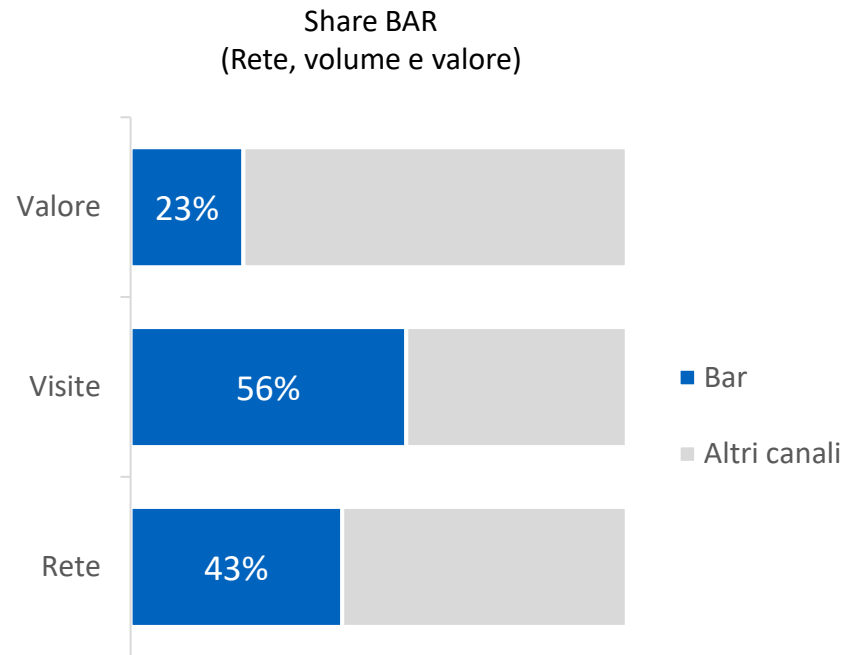
10 miliardi

Punti di consumo

350 mila



I BAR: sono un canale centrale per i consumi fuori casa



I bar (complessivamente intesi) rappresentano un **canale portante** del complesso mercato dei consumi fuori casa

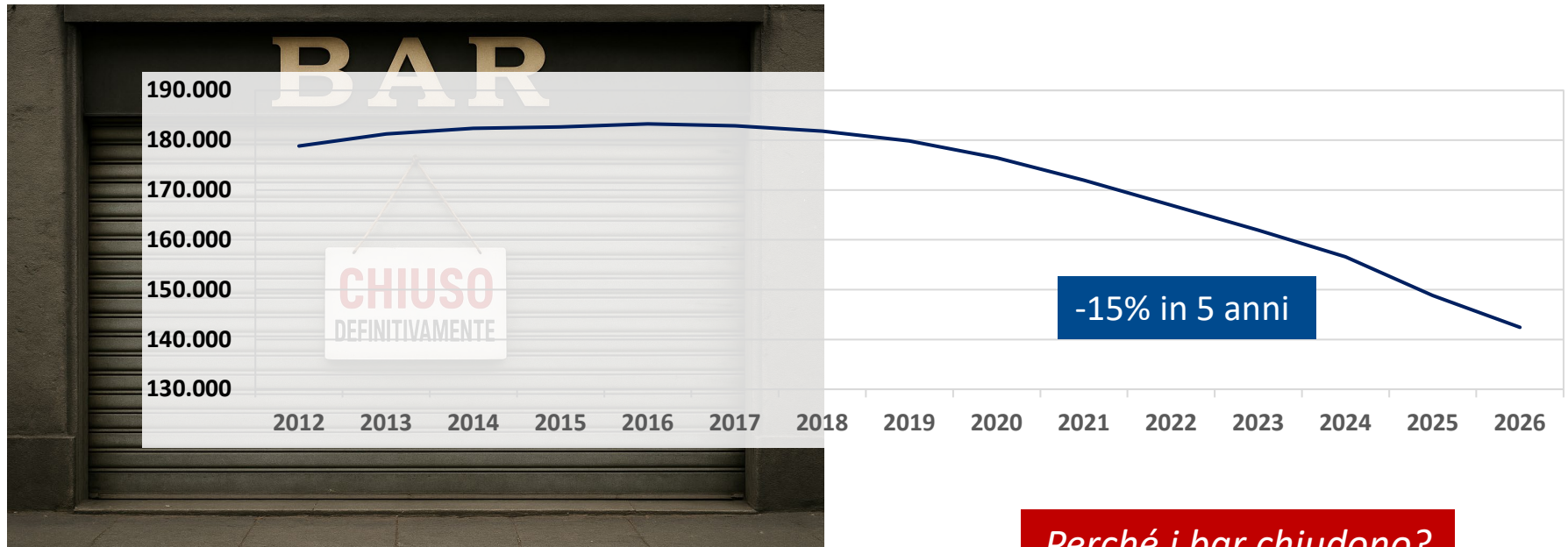
I BAR: hanno performance leggermente inferiori alla media del mercato

MERCATO FUORI CASA	BAR
Trend a valore 25 vs 23	Trend a valore 25 vs 23
+1,7%	- 2,4%

Negli ultimi due anni il canale bar ha mostrato **trend inferiori rispetto alla media del mercato**, evidenziando un primo segnale di difficoltà, ma ...

I BAR: forte contrazione del numero di attività

... maggiore preoccupazione suscita la **forte contrazione** che si registra nella numerica dei bar: **circa 25.000 attività in meno in 5 anni!**



Perché i bar chiudono?

IL BAR: è un'attività con una scarsa sostenibilità economica

Analizziamo 2 parametri che concorrono a generare il fatturato al bar

SCONTRINO MEDIO

4,2 €

NUMERO MEDIO
CLIENTI GG

100/120

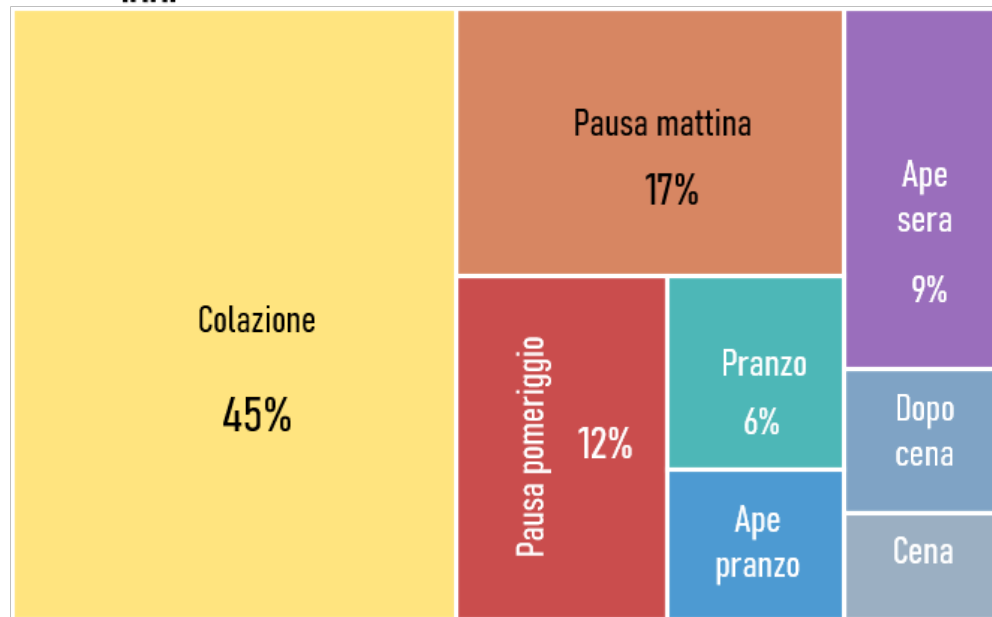
La difficoltà economica del bar deriva come prima cosa **da un basso scontrino medio**, inadeguato per remunerare un'attività con elevati (14 ore di apertura) e crescenti costi di gestione.

Perché lo scontrino medio del bar è così basso?

IL BAR: è un'attività ancora fortemente concentrata sulle occasioni della colazione e della pausa mattina



Ripartizione visite per occasione di consumo



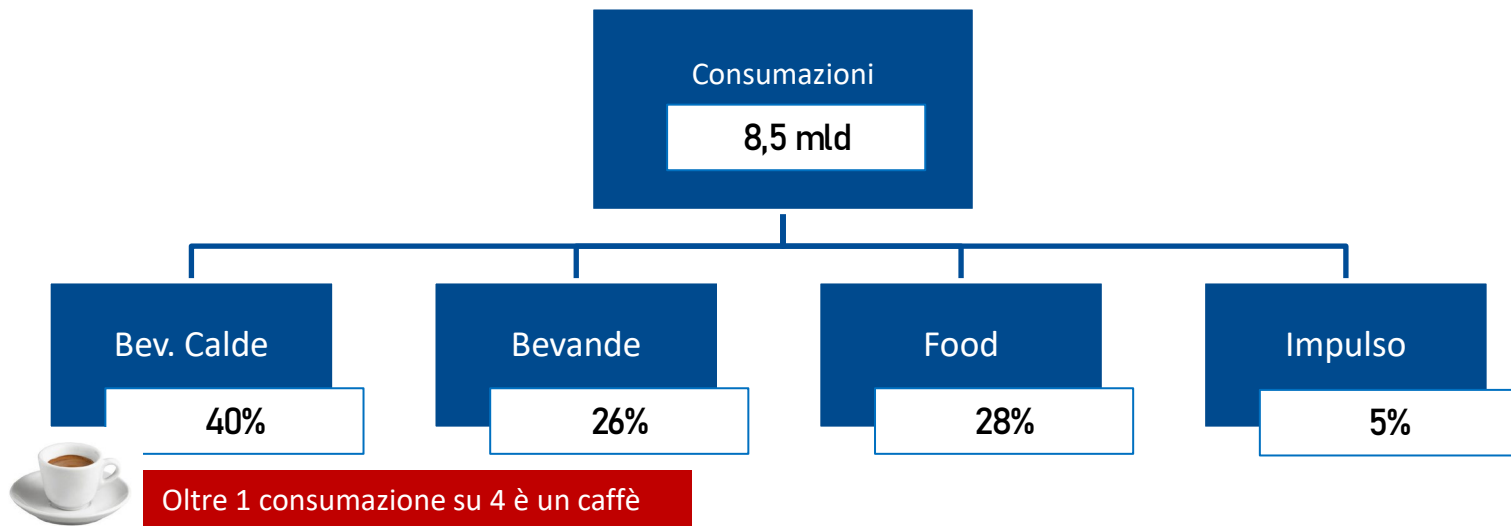
Occasione di consumo	Scontrino medio
Colazione	2,9 €
Pausa nella mattina	2,5 €
Aperitivo pranzo	4,7 €
Pranzo	11,5 €
Pausa nel pomeriggio	2,7 €
Aperitivo sera	7,3 €
Cena	16,8 €
Dopo cena/ Notte	6,1 €

x 4

Oltre il 60% dei clienti di un bar è concentrato nelle occasioni della colazione e della pausa mattina che hanno scontrini medi decisamente inferiori rispetto ad altre occasioni di consumo

IL BAR: ha un'offerta focalizzata sulle bevande calde e in particolare sul caffè

Ripartizione consumazioni per categoria



- **Caffè, cappuccino e acqua** rappresentano il 45% delle consumazioni al bar
- Le **bevande alcoliche** sono meno del 10% delle consumazioni
- Il **food dolce** vale quasi il doppio del **food salato**



Come migliorare la
produttività del bar?

1 - SPOSTARE IL MIX DI CLIENTI VERSO LE OCCASIONI A MAGGIOR VALORE

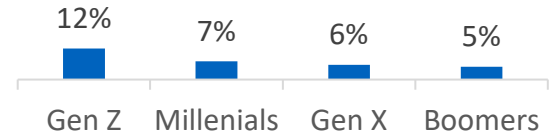


Un bar multi specializzato ha **un scontrino medio doppio** rispetto a un bar non specializzato

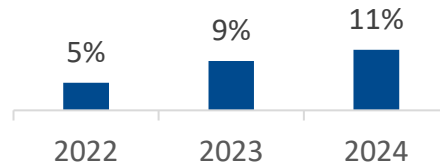
2 - AUMENTARE LO SCONTRINO MEDIO DELLE OCCASIONI CHE GENERANO TANTE VISITE



- ... solo 6 colazioni su 100 hanno un «pdt salato»



- Scontrino medio **2,9€**



Quota colazioni
oltre 4€

3 - DARE UN MOTIVO FORTE AL CONSUMATORE PER CONSUMARE AL BAR



Dare VALORE all'offerta



Il **73%** degli italiani considera la frequentazione del bar un momento di benessere e di **micro-felicità** essenziale nel quotidiano



TradeLab Away From Home

Grazie per l'attenzione



Centro Marca, 31 Marzo 2026
Bruna Boroni – Director Industry AFH