vinetur

I bar italiani faticano a sopravvivere con uno scontrino medio di 4,20 euro

Dal 2015 si sono registrate 21.741 chiusure o cambiamenti nell’offerta dei bar, tra costi in aumento e prezzi contenuti dell’espresso.

mercoledì 18 novembre 2026



I bar restano tra i luoghi di ritrovo pubblico più diffusi in Italia e attirano oltre 16 milioni di visite al giorno, ma il modello economico su cui si basano è sottoposto a una pressione crescente, secondo una nuova analisi di Fipe-Confcommercio, la federazione italiana dei pubblici esercizi.

I risultati, presentati al primo Forum del bar italiano al Palazzo delle Esposizioni di Roma, descrivono il bar come un'istituzione sociale e, al tempo stesso, un'attività dai margini ridotti. In Italia, il termine «bar» indica solitamente non solo un locale in cui si servono bevande alcoliche, ma anche un caffè di quartiere aperto tutto il giorno, dove i clienti si fermano per un espresso, fare colazione, uno spuntino o un aperitivo.

Secondo Fipe-Confcommercio, nel 2025 in Italia erano attive 124.917 imprese di bar, l'1,5% in meno rispetto al 2024. Nel complesso, hanno generato oltre 5 miliardi di consumazioni all'anno, pari a circa 16 milioni di visite al giorno, per un valore stimato di 23 miliardi di euro. Il settore dà lavoro complessivamente a 374.000 persone; nel 2024, il numero di dipendenti è aumentato del 6,4%, raggiungendo quota 276.730.

Nonostante queste dimensioni, ha affermato l'associazione, la sostenibilità economica dell'attività è sempre più difficile da garantire. Dal 2015, 21.741 imprese hanno chiuso oppure modificato il tipo di servizio offerto. Secondo Fipe-Confcommercio, il settore dipende da un equilibrio fragile: spesso gli operatori servono in media 120 clienti al giorno e restano aperti fino a 14 ore al giorno, sette giorni su sette, mentre lo scontrino medio è di appena 4,20 euro. La spesa media per la colazione è di 2,90 euro.

Le pressioni sui prezzi hanno aggravato la situazione. L'associazione ha riferito che nel 2026 i prezzi del settore sono aumentati di circa il 3%, mentre a settembre quelli dei bar sono saliti del 2,8%. Il prezzo medio di un espresso ha raggiunto 1,28 euro.

Il Forum di Roma è stato presentato come un tentativo di affrontare sia la sostenibilità economica del settore sia il suo ruolo sociale. L'iniziativa, promossa dal presidente di Fipe-Confcommercio Lino Enrico Stoppani e dal presidente di illycaffè Andrea Illy, ha visto la partecipazione del ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida. Gli organizzatori hanno spiegato che l'obiettivo era riunire la filiera e discutere come tutelare un modello d'impresa che resta centrale nella vita quotidiana in Italia.

Un sondaggio separato, commissionato da Fipe-Confcommercio e condotto da SWG, ha rilevato che i bar mantengono un posto importante nelle abitudini degli italiani. Sulla base di un campione rappresentativo di oltre 2.500 adulti, l'indagine ha rilevato che il 72% degli italiani va al bar almeno una volta alla settimana, il 26% ci va ogni giorno e il 67% di chi frequenta i bar ha un locale abituale di fiducia.

Il sondaggio ha inoltre evidenziato il ruolo del bar al di là del cibo e delle bevande. Circa il 33% degli intervistati ha dichiarato che la presenza di un bar aperto fino a tardi nei quartieri periferici aumenta la percezione di sicurezza in quelle zone. Secondo Fipe-Confcommercio, il dato riflette la funzione del bar come presidio locale nei luoghi in cui le altre attività commerciali sono scomparse.

Al tempo stesso, la ricerca ha rilevato segnali di cambiamento nel modo in cui gli italiani considerano il bar. Se il 56% ritiene che esista ancora un modo tipicamente italiano di vivere l'esperienza del bar, il 32% afferma che questa identità si è indebolita o è scomparsa. Le differenze tra le fasce d'età sono evidenti. Tra gli intervistati della Generazione Z, il 22% indica il bar come il luogo in cui trascorre più spesso del tempo con le persone care, contro il 9% dei baby boomer.

Lo studio suggerisce inoltre che i clienti attribuiscono sempre più importanza a standard visibili. Pulizia, cura, servizio e ospitalità figurano tra i fattori più importanti nella scelta di un bar, e il 71% degli italiani ha dichiarato che una certificazione basata su questi criteri influenzerebbe la propria decisione.

In risposta, l'associazione ha lanciato quello che ha definito la Nuova etichetta del bar italiano, un progetto fondato su sei principi che, secondo Fipe-Confcommercio, dovrebbero definirne l'identità: qualità, relazioni, ristoro, design, decoro e sentimento. L'associazione ha presentato l'iniziativa come un modo per rinnovare l'immagine del bar italiano senza fare leva sulla nostalgia e come una risposta a quella che ha descritto come una crescente desertificazione commerciale in molti quartieri.

Stoppani ha affermato che il bar italiano resta un modello economico e sociale unico, che unisce impresa, lavoro, servizio e comunità, ma ha avvertito che il settore è anche in profonda trasformazione, con margini ridotti e un'organizzazione ad alta intensità di lavoro. Dietro una tazza di caffè, un aperitivo o una colazione, ha detto, ci sono

imprese, lavoratori e competenze, oltre a un modo tipicamente italiano di vivere lo spazio pubblico e costruire relazioni.

Illy ha affermato che il caffè e il cappuccino consumati al bar rappresentano ancora quasi il 50% di tutte le consumazioni nei bar, trasversalmente alle generazioni. Ha aggiunto però che il prezzo medio dell'espresso in Italia resta tra i più bassi al mondo, lasciando margini molto limitati agli operatori. Per il futuro del settore, ha detto, servirà una strategia più orientata al valore che ai volumi, con una formazione migliore, investimenti nei locali e una collaborazione più stretta tra industria, imprese dell'ospitalità e istituzioni pubbliche.

I dati presentati a Roma mostrano un settore che continua a raggiungere milioni di persone ogni giorno e resta profondamente radicato nelle abitudini degli italiani, mentre l'aumento dei costi, i lunghi orari di apertura e la spesa contenuta per ogni visita mettono sotto pressione crescente le imprese che tengono in piedi questo sistema.