la Rassegna.it
Fondata nel 1906

12 Giugno 2017

Bar, occhio ai conti!

L'analisi sul settore di Giorgio Beltrami, presidente del Gruppo caffè bar dell'Ascom, è chiara: «Per stare sul mercato non basta saper fare il caffè, bisogna avere una gestione attenta». «Un pranzo di lavoro a 6,70 euro è impossibile da sostenere. E sul prezzo dell'espresso si può osare un po' di più»

Vuoi avere un locale di successo? La prima regola è saper fare bene i conti. È il mantra di Giorgio Beltrami, presidente del Gruppo caffè bar dell’Ascom di Bergamo dal 2009 e titolare del bar Centrale a Lovere, insegna sempre sulla cresta dell’onda. L’abbiamo intervistato per capire quali sono oggi le difficoltà e le opportunità nel mercato dei pubblici esercizi.

Giorgio Beltrami

«Sul mercato ci sono troppe attività, quindi la concorrenza è terribilmente elevata – esordisce -. In molti casi, direi nella stragrande maggioranza, ci sono gestori che applicano prezzi che non sono remunerativi. Ma scendere sotto certe soglie porta inevitabilmente alla chiusura. Proporre, come ho visto fare, un pranzo di lavoro a 6,70 euro per un primo, secondo, acqua, un quarto di vino e caffè significa vendere sotto costo. È un'offerta impossibile da sostenere. Bisogna saper fare i conti e capire i costi, sennò l'attività non ha futuro».

Un tempo nella nostra provincia c'era il listino dei prezzi, meglio allora?

«Fino al 2002 all'interno del Gruppo caffè bar Ascom c'era una commissione che decideva i prezzi da applicare ed entro un mese i locali si adeguavano ai valori indicati. Poi il Governo ha vietato di stilare il listino prezzi sostenendo che in quel modo si faceva cartello. I gestori hanno cominciato a farsi concorrenza abbassando il prezzo. È una strategia senza futuro: non è sostenibile nel tempo e rovina il mercato e l'immagine della categoria».

Ci sta dicendo che molti baristi non fanno bene i conti?

«Le faccio un esempio classico: una macchina del caffè di buon livello a tre gruppi costa circa 7mila euro. Per ripagare le macchine in comodato d'uso, di abitudine i torrefattori caricano il caffè di 8/10 euro al chilo. Considerato che una macchina del caffè ha una vita di circa cinque anni, se si fanno i conti, si capisce facilmente che la si paga almeno tre volte e che è più economico comprarla, eppure molti scelgono di non farlo. Se si hanno problemi di liquidità, basta rivolgersi ai canali che favoriscono la concessione del credito come Fogalco. Si può prendere un appuntamento agli uffici di Bergamo e insieme si determina il tasso di interesse. Per stare sul mercato non basta fare un buon caffè o un buon

C'è un modo per calcolare i pezzi giusti?

«è indispensabile avere nozioni di contabilità. L'assistenza del commercialista non è sufficiente. All'Accademia del Gusto di Osio Sotto si possono frequentare corsi di alto livello che danno una preparazione manageriale e insegnano a gestire in modo corretto l'attività. Io ho una mia formula personale. Faccio la somma di tutte le spese generali del locale, senza gli acquisti. Poi faccio la somma delle spese degli acquisti. Quindi divido la spesa acquisti per le spese generali e ottengo un coefficiente. Dalla fattura verifico il costo di acquisto della bottiglia. Moltiplico questo costo per il coefficiente e ottengo il mio costo reale della bottiglia. Se risulta ad esempio 29 euro, significa che se la vendo a 30 euro, guadagno 1 euro».

Quanto conta la formazione?

«Continua ad essere la maggiore arma per restare sul mercato. Non ci si può improvvisare in questo mestiere. È importante che chi si affaccia al settore sappia esattamente cosa deve affrontare in ogni aspetto gestionale, dai rapporti con i fornitori alla selezione dei prodotti, dal servizio all'amministrazione contabile. Allo stesso tempo farlo da vent'anni non è un buon motivo per non aggiornarsi. C'è sempre spazio per migliorare e crescere»

Qual è l’errore più frequente tra i baristi?

«Molti sono convinti che basta aprire un bar per guadagnare. Nell’arco di un paio d’anni chiudono. Bisogna fidelizzare la clientela e per farlo non basta offrire la coca cola, occorre dare un prodotto proprio, che può essere un tipo di panino, di farcitura, oppure un cocktail, un gelato. Proporre qualcosa di speciale che porti il cliente a venire nel nostro bar».

Il suo locale non solo ha saputo resistere alla crisi ma negli ultimi anni è addirittura cresciuto. Quali doti bisogna avere per fare questo mestiere?

«Non può mancare la capacità lavorativa. Io ho 71 anni e sono al bar 13-14 ore tutti i giorni. Nella categoria vedo che manca la costanza. Molti partono entusiasti e poi quando si presentano le difficoltà non lottano, mollano».

I contratti di affitto di azienda in questo senso non aiutano…

«Purtroppo negli ultimi anni si è diffuso questo tipo di contratto: ha il vantaggio che quando si entra non si paga ma quando si esce non si prende niente. Chi sceglie questo tipo di soluzione di solito appena non quadra qualcosa rinuncia. Se invece si investe nella licenza d’azienda prima di mollare si lotta. In genere, poi, il proprietario dei muri e degli arredi difficilmente investe nell’attività quindi nel tempo il locale invecchia. Oggi invece è estremamente importante rinnovare gli ambienti, in questo modo si fidelizza la clientela».

Che consiglio darebbe ai baristi che si trovano in difficoltà?

«Di tenere duro. Se non lavoro devo chiedermi perché, andare dai colleghi che lavorano, vedere cosa fanno e riproporlo. La professionalità paga sempre».

espresso-caffè Il costo del caffè è giusto? C’è spazio per rivedere le politiche di prezzo nei bar?

«Gli autogrill sanno fare bene i conti. Già da anni hanno abbattuto la barriera dell’euro. Il caffè è sempre stato equiparato al giornale. Oggi il quotidiano costa 1,30 e il caffè ancora un euro: abbiamo perso il 30% degli utili».

Crede che i clienti capirebbero l’aumento?

«Io vendo il caffè a 1,10 euro da tempo e quando sono passato al nuovo prezzo non ho avuto un calo dei consumi, anzi le vendite sono addirittura leggermente aumentate. Forse i clienti hanno notato la differenza tra un caffè e l’altro».

Quindi aumento sì, ma solo se il caffè è molto buono?

«Alcuni gestori vanno negli ipermercati ad acquistare caffè da 7/8 euro al chilo. È una follia. Bisogna puntare alla qualità, al di là della congiuntura economica. C’è ancora gente disposta a spendere per averla. Si pensa che ridurre il prezzo ti porti più clienti ma non è assolutamente vero. Conosco un barista che ha proposto la colazione a 1,30 euro quando tutti sanno che il prezzo è di 2,30/2,40 euro. La sua fortuna è stata che l’offerta non ha funzionato! Bisogna capire che più si applicano prezzi stracciati e più si perde, così come bisogna comprendere che i soldi che ogni sera si trovano nel cassetto vanno accantonati per spese e tasse».

Cosa pensa dell’arrivo di Starbucks?

«Non credo che porterà alcun tipo di problemi. L’Italia è legata al caffè espresso. C’è spazio per tutti. L’importante è fare un buon caffè».

La Rassegna
https://www.larassegna.it/bar-occhio-ai-conti/

I 10 consigli di Ascom per chi vuole aprire un bar

Per chi vuole avviare un bar ci sono alcune regole che si rivelano preziose per non sbagliare. Per Ascom Bergamo Confcommercio sono dieci. Eccole.

1. AVERE UN'IDEA PRECISA

Chiedersi che tipo di bar si vuole aprire. Avere, cioè, un progetto ben chiaro in testa.

2. CAPIRE SE È SOSTENIBILE

Creare un business plan facendo una precisa valutazione dei costi necessari per avviare e gestire l'attività (affitto, acqua, luce, gas, dipendenti, acquisto delle merci, imposte Tasi e Tari) e dei volumi di fatturato che si dovranno realizzare per ricavare uno stipendio. Attenzione: se il locale non è pronto, o bisogna pagare l'attività al proprietario, l'investimento iniziale può aumentare in modo considerevole.

3. SCEGLIERE LA LOCATION GIUSTA

Valutare bene il proprio business e analizzare con attenzione la zona dove si vuole aprire. Fondamentale che ci sia passaggio e nelle vicinanze ci siano negozi o uffici (meglio entrambi) e comunque luoghi di interesse. Se si sceglie un luogo super trafficato, la possibilità di fare incassi è più alta, ma anche le spese da sostenere lo saranno; se si opta per aprire in un piccolo paese i ricavi potenziali si riducono, ma si riducono anche la concorrenza e i costi fissi.

4. DIFFERENZIARSI DALLA CONCORRENZA

Aprire un bar originale, diverso dalle altre attività esistenti e in grado di rivolgersi a una clientela specifica. Bisogna conoscere l'offerta dei concorrenti e il loro giro d'affari, quindi chiedersi cosa si possa offrire in più ai clienti. Attenzione: sono da considerare concorrenti anche supermercati, panetterie e pizzerie al taglio, take away.

5. TARGET E OFFERTA SU MISURA

Impostare l'attività pensando a una specifica categoria di clienti e offrire una soluzione mirata ai loro bisogni.

6. CURARE LA COLAZIONE

Proporre caffè e brioche di qualità. I costi sono più alti, ma chi ha ottime colazioni di solito lavora e il passaparola vola.

7. OCCHIO A VETRINA E INSEGNA

Il cliente che passa deve capire all’istante che lì c’è un bar e che tipo di bar è.

8. FARE DELL’ACCOGLIENZA UN’ARTE

Selezionare con attenzione i collaboratori, anche in base al modo in cui interagiscono con i clienti. Il cliente non vuole solo il caffè, si aspetta di lasciare fuori i problemi e di avere cinque minuti di relax. Se si rende piacevole questa pausa, il cliente con molte probabilità tornerà. È l’Abc della fidelizzazione.

9. AVERE UNA GESTIONE ATTENTA

Fare massima attenzione alle spese e accantonare parte del cassetto per pagare i costi dell’attività e le tasse. Controllare il numero di scontrini emessi, i flussi di cassa, quali prodotti si vendono di più, su quali c’è più margine e in quale momento della giornata ci sono più clienti così da gestire il personale in modo flessibile e mirato.

10. FARSI CONOSCERE ATTRAVERSO I SOCIAL NETWORK

Scegliere il social più usato (Facebook) o quello che, sulla carta, risulta il più utilizzato dal target di clientela a cui ci si rivolge. Attenzione: la pagina va tenuta aggiornata e questo richiede tempo. Regola fondamentale: alle eventuali critiche virtuali si risponde sempre e in modo educato.

Per un espresso perfetto c’è la regola delle 5 M

È dimostrato, offrire una buona colazione, e in primis un ottimo il caffè, è il passepartout per conquistare una clientela fidelizzata. Ma quali segreti stanno dietro a un grande espresso? Giorgio Beltrami lo spiega in ogni dettaglio nei corsi per baristi proposti dall’Accademia del Gusto con la “regola delle 5 M”: miscela, macinatura, macchina del caffè, manutenzione, mano.

La partenza è utilizzare una miscela di qualità. Il secondo passaggio importante è fare una macinatura corretta che rispetti e segua il clima: in una giornata di pioggia, ad esempio, deve essere più sottile. Anche la scelta della macchina conta, ma ancora di più conta la sua manutenzione: ogni sera bisogna investire una ventina di minuti nella pulizia. È imprescindibile poi l’uso del depuratore per scacciare il nemico principale di un buon caffè: il calcare. La macchina non va mai spenta: si accende quando si compra e si spegne a fine carriera. La mano del barman, infine, conta moltissimo, almeno quanto la sua passione e sensibilità.