

L'INCHIESTA

30



Dalla vigna al bicchiere: Ecco quanto costa il vino

I ricarichi al ristorante spesso fanno discutere i clienti. Sono tra i due e le sei volte in più del prezzo in cantina. Vi spieghiamo perché

di JACOPO FONTANETO

IL FOCUS

Caro vino, ma quanto mi costi?

I ricarichi al ristorante spesso fanno discutere i clienti. Vanno dalle sei volte per le bottiglie più economiche fino al raddoppio. Molte le variabili: ecco come funziona

di JACOPO FONTANETO

Abbandonate ogni speranza, voi che cercate la regola perfetta per calcolare il corretto ricarico di un vino al ristorante. Esatto, proprio quell'algoritmo magico che permette di ottenere il risultato perfetto: buoni movimenti di cantina, tavoli pieni di bottiglie di vino, clienti contenti e i giusti verdoni in cassa.

Oggi lo scenario è più complesso di un tempo: attori diversi e, complici internet e le app, i clienti hanno anche la possibilità di verificare in diretta le caratteristiche reali del vino appena ordinato, con una rapida ricerca o

fotografando l'etichetta. Prezzo compreso.

Ma qual è oggi la forbice di ricarico di un vino al ristorante? E in enoteca? La memoria storica di Angelo Alicante, da decenni sulla breccia della sommellerie milanese (da qualche mese è da *Al Fresco*), aiuta a sfrondare dubbi: "Una regola fissa non c'è: dipende dalla bottiglia che si prende in considerazione, dando ad ogni vino il giusto prezzo, considerando anche fattori come l'influenza sul mercato del produttore. Poi contano il posizionamento di fascia del ristorante, la tipologia di carta proposta, ma anche il target del potere d'acqui-

sto che si intende raggiungere. Ma facciamo qualche esempio in linea teorica e generale: un vino che costa 5 euro al ristorante verrà caricato sei volte dal ristorante; dai 6/7 euro cinque volte; poi si scende ancora, un vino da 9/12 euro lo si può rivendere tra i 40 e 42; da 15 fino ai 50 euro di costo si applica un ricarico triplo e, superati i 60 euro si inizia a considerare un ricarico di 2,5 o 2,2 volte il costo della bottiglia. Il discorso vale per bottiglie che non abbiano un costo iniziale a tre zeri: altrimenti vanno considerati anche i tempi di vendite, per cui di rientro, dei capitali investiti. E, di solito, si applica un

calcolo che considera tre volte e mezzo il costo della bottiglia. Ripeto, senza dogmi”.

Da Milano a Parma: anche Alessandra Veronesi (*Palazzo Utini* a Noceto di Parma), nuovo concept di Enrico Bartolini, rimarca l'assenza «di regole fisse, il ricarico di un vino deve tener conto di molti fattori. Non acquisto mai etichette sotto otto-dieci euro per poi rivenderle a cento. Una etichetta con un prezzo d'acquisto di 15 euro esce in carta a 45 euro circa. Di fatto è altresì obbligatorio che determinare il prezzo di un vino cambi nel tempo: ci sono le rivalutazioni di anno in anno della carta, per impreziosirla, o abbassare un prezzo per alleggerire le scorte e far “girare” la cantina. Immobilizzare capitale per dare valore a una cantina può spostare ingenti somme di denaro da investire nel progetto. E ne va tenuto presente ogni anno».

Fabien Coutant, sommelier di *Voce di Aimo e Nadia*, di fronte al Teatro Alla Scala, aggiunge il paragone efficace con una semplice bottiglia d'acqua: “Può costare 50 centesimi al supermercato, due euro al distributore, cinque in un ristorante, otto nel bar di

un hotel di lusso e 15 in business class su un aereo. Ogni imprenditore gestisce la questione in modo personale, mantenendosi però all'interno delle dinamiche di mercato. All'estero? In Francia funziona come da noi ma, quest'estate ho visto ricarichi molto alti in località come St-Tropez o Cannes. Ci sono Paesi come la Svizzera dove i prezzi tendono ad essere ancora più alti, anche a causa dei dazi doganali”.

L'enoteca deve invece fare i conti con competitor più diretti: internet con la consegna a casa, le app specifiche come Vivino, che mappa oltre 13 milioni di vini da 231.000 cantine in tutto il mondo, ma

anche il supermercato che ha selezioni sempre più mirate anche per i cosiddetti wine-lover.

“In generale, il margine di ricarico per una bottiglia da asporto in enoteca si aggira intorno al 30-35%. A differenza dei libri, il vino raramente ha un prezzo

consigliato dal produttore che io, invece, suggerisco sempre di indicare”, commenta Osvaldo Longo, storico enotecario di Legnano. Ammette che: “Sì, senza dubbio l'e-commerce ha creato un concorrente con cui le enoteche devono confrontarsi. Oggi le piattaforme hanno conquistato una fetta di mercato rilevante e sono

diventate il punto di riferimento per stabilire il prezzo di vendita delle bottiglie. Di conseguenza in enoteca i ricarichi non sono aumentati, anzi, l'arrivo dell'e-commerce ha spinto molti a rivedere al ribasso i propri margini. Cambiamenti per il futuro? Non credo - nota l'esperto

enotecario - i guadagni per un'enoteca dovranno provenire dal potenziamento di altri fattori: consulenza o i servizi legati ai regali. Natale tutto sommato è vicino e dev'essere un bel momento per tutti, no?”.

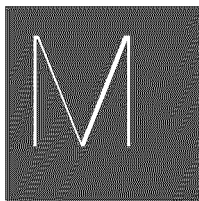
© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Nelle enoteche
prezzi rivisti
al ribasso per
la concorrenza
dell'e-commerce
Nel futuro? Più
consulenze**

L'INTERVISTA / 2

Per annate e vini rari il prezzo sale

Il sommelier del Ba Restaurant (Milano)
“Al calice si spende un quinto dell’etichetta
In generale i prezzi sono cresciuti
per l’aumento delle materie prime”



Marco Spini è capo sommelier ristorante Ba (Milano) e formatore Aspi.

Ci sono regole precise per calcolare il ricarico di un vino?
“In realtà esistono diverse regole “accademiche” che vengono ap-

profondite dai vari corsi di sommellerie. Di base, si opera in base alla fascia di prezzo di acquisto e si applicano dei coefficienti moltiplicatori. Nel caso di un prezzo basso alla fonte al di sotto dei 10 euro, si moltiplica solitamente per tre volte e mezzo; per un prezzo medio, ovvero tra i 10 e i 15 euro si moltiplica per tre; oppure per due nel caso di un prezzo alto, ma sotto i 50 euro. Infine, per la fascia premium-fine wine, ovvero acquistato dal ristoratore sopra i 50 euro, il ricarico è di una volta e mezzo. Va anche detto che molto spesso queste regole vengono sovvertite, per applicare altri parametri, non ultimo quello di una percentuale di margine fissa. Diciamo che una media di ricarico al ristorante può essere, in linea generale, il prezzo d’acquisto moltiplicato per tre”.

Eccezioni?

“Non mancano. Ma è meglio parlare di regole aggiuntive: nella ristorazione, e anche nelle enoteche, quando si tratta di vini di fascia fine wine (i grandi nomi, le etichette iconiche) un corretto ricarico segue il mercato specifico e, trattandosi di vini da collezione e da investimento, sono comprensibilmente e decisamente più alti”.

Lo stesso avviene anche per le annate?

“Sì, quando esiste una profondità sulla stessa etichetta, ma anche come per le annate migliori. Oppure può capitare per vini non più prodotti, oppure per aziende dove cambia la proprietà, o l’enologo, o la tipologia di vino, vinificazione e affinamento: in questo caso le bottiglie, assumendo caratteristiche di unicità e rarità, potranno spuntare un prezzo più elevato”.

E per il vino al calice?

“Generalmente, siamo a un quinto o un sesto del prezzo di vendita al tavolo della bottiglia, dipende anche dalla fascia di prezzo e dal contesto del locale”.

In linea generale, i ricarichi medi sono aumentati nel tempo?

“Come tutti i servizi anche connessi - energia, combustibili, i beni di consumo e generi alimentari - il prezzo del vino negli ultimi anni è generalmente aumentato. Ad esempio, il costo del vetro per le bottiglie è raddoppiato. Facendo parte del paniere spesa degli italiani, la voce “vini” incide quindi in modo incisivo sui consumi delle famiglie, e fuori casa ancora di più. Ho notato infatti una tendenza al rialzo verso vini di fascia media e medio bassa, mentre sono leggermente diminuiti quelli di vini di fascia alta. Noi sommelier, insomma, dobbiamo avere un occhio alla sala e alla cantina, uno ai listini e al mercato: in una mano il cavatappi e nell’altra il foglio excel o il gestionale insomma. Ma sempre cercando di garantire la miglior esperienza possibile e non esosa, con ricerca, preparazione e passione. Altro discorso è quando, in contesti non giustificati dal livello della struttura, si specula con ricarichi eccessivi che raggiungono anche quattro o cinque volte il costo di acquisto: questo francamente non è accettabile”.

J.FON.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MARCO SPINI
Capo sommelier
ristorante Ba
(Milano) e
formatore Aspi

LA GUIDA

6

Volte

Il ricarico che può esser fatto dal ristorante su una bottiglia che costa intorno ai 5 euro

5

Volte

Il ricarico che può esser fatto su una bottiglia che costa sui 6/7 euro

42

Euro

Il prezzo di un vino che al ristorante è costato sui 9-12 euro

+50

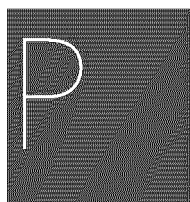
Euro

Vini che al ristorante sono costati 60 euro o di più di solito verranno ricaricati al massimo 2.5 volte

L'INTERVISTA/1

L'esperienza va ben oltre il denaro

**Il sommelier del Gallia (Milano):
“Quando ai clienti proponi
un servizio professionale e attento
il costo passa in secondo piano”**



Paolo Porfidio è capo sommelier di Terrazza Gallia (Hotel Excelsior Gallia, Milano).

La forbice dei ricarichi: come varia in percentuale?

“I ricarichi possono oscillare molto, solitamente partono da un

100% e salgono a seconda della tipologia di vino, della sua reperibilità e del contesto in cui viene offerto. Tuttavia, è difficile parlare di percentuali esatte poiché ogni ristorante adotta strategie diverse basate sulla propria offerta”.

È vero che un vino di maggior costo ha un ricarico minore?

“In molti casi sì. Per i vini di fascia alta, il ricarico può essere più contenuto in termini percentuali rispetto a vini più accessibili, poiché un ricarico troppo alto su una bottiglia costosa potrebbe risultare scoraggiante per il cliente. Il nostro obiettivo è quello di avvicinare il consumatore alla scoperta di bottiglie pregiate, non di allontanarlo. Tuttavia, ogni ristorante ha la sua politica di pricing”.

Il numero di etichette di una cantina del ristorante, che sostanzialmente “fanno magazzino”, incide (e come) sul calcolo dei ricarichi generali?

“La gestione del magazzino è un aspetto importante per un ristorante con una cantina ampia come la nostra. Mantenere un'ampia selezione di etichette comporta costi di stoccaggio e gestione che possono influenzare i ricarichi. Tuttavia, una carta vini vasta e ben curata aggiunge valore all'esperienza del cliente, e ciò viene considerato nel calcolo dei prezzi”.

È capitato che un cliente verificasse un prezzo in diretta, via app, prima di ordinare una bottiglia?

“Può succedere, ma in genere i nostri ospiti comprendono che il valore di un vino in un ristorante di lusso va oltre il semplice prezzo d'acquisto. A fronte di un servizio attento ed un'esperienza su misura regalata all'ospite, il prezzo passa in secondo piano”.

Perché ai tavoli del ristorante, parlando in linea generale, si vedono meno bottiglie di vino?

“Le abitudini di consumo stanno cambiando. Spesso i clienti optano per un bicchiere di vino abbinato a ciascun piatto, piuttosto che ordinare una bottiglia intera. Questo permette di scoprire più vini durante il pasto. Cosa che rende il lavoro del sommelier ancora più stimolante e divertente”.

Enoteca o internet? Lei dove comprerebbe un vino oggi se fosse un privato e perché?

“Personalmente apprezzo l'esperienza dell'enoteca, dove ho la possibilità di dialogare con un collega esperto e scoprire nuove etichette. Tuttavia, anche internet offre un'ampia gamma di possibilità, soprattutto per chi cerca vini particolari o difficili da reperire”.

Come cambiano i ricarichi di altre tipologie di bevande in rapporto a quelli di una bottiglia di vino? Facciamo un esempio di birra, grappa o altri distillati o spirits (rum, gin e amari)?

“Ogni bevanda ha una dinamica di prezzo diversa. I distillati, come rum e gin, tendono ad avere ricarichi inferiori rispetto ai vini di alta gamma, mentre la birra artigianale può avere ricarichi variabili. Tutto dipende sempre anche dall'esclusività del prodotto e dall'esperienza che si desidera offrire al cliente”.

J.FON.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PAOLO
PORFIDIO

Capo sommelier
di Terrazza Gallia
(Hotel Excelsior
Gallia, Milano)



1

La "bilancia"

Nel determinare il prezzo di una bottiglia entrano in gioco anche la cantina offerta dal ristorante e la gestione del magazzino

