



ASSOCIAZIONE
CUOCHI
BRIANZA

Food&Beverage
CONSULTING

magazine

Food: **prezzi** di vendita **sostenibili?**



Prezzi di vendita sostenibili per il comparto food: come fare?

Nell'ultimo magazine abbiamo approfondito alcuni aspetti tecnici tipici del wine management. Per il comparto food esistono analoghi strumenti utili a identificare prezzi di vendita sostenibili. **Quale sostenibilità?** In questo ambito la sostenibilità deve bilanciare due aspetti contrapposti: le esigenze economiche dell'attività ristorativa e la percezione di "bontà" dei prezzi di vendita dei nostri clienti. Condividiamo alcune considerazioni di base per programmare una bilanciata azione di pricing. Come sempre per maggiori informazioni restiamo a disposizione. Buon lavoro!

Alberto Luca Somaschini

menu del magazine

Food: prezzi di vendita sostenibili?

- 1. Fabbisogno**
- 2. Food Cost**
- 3. Fattore di ricarico**
- 4. Prezzo minimo di vendita finale**
- 5. Idea finale: Grande Distribuzione, qualità e sostenibilità...**

Identificare il corretto prezzo di vendita finale per un prodotto food (dal *semplice* panino al piatto *gourmet*) è l'ingrediente di successo per un menu o una carta delle vivande.

Infatti, a prescindere dalle molte considerazioni emotive che un cliente può valutare, il prezzo risulta ancora essere la variabile di base nella scelta finale fra un piatto o l'altro. Il contesto di mercato assai dinamico stabilisce livelli di valutazione che si concentrano anche su differenze di 50 centesimi.

Per identificare il prezzo di vendita è indispensabile partire da una determinante certa e calcolabile: il Food Cost o prezzo delle materie prime impiegate. Questo sistema implica una serie di passaggi fondamentali riassunti nello schema seguente e di seguito commentati.



Per applicare correttamente questo metodo sono necessarie alcune specifiche ulteriori:

FABBISOGNO: questo dato raccoglie **tutti gli ingredienti utili alla preparazione di un singolo piatto** o di un menu completo. Generalmente è utile considerare le **quantità nette** che saranno utilizzate per le cotture o per la composizione dei piatti. Per definire le corrette quantità è necessario identificare i pesi standard delle **porzioni** degli alimenti più utilizzati, considerando la tipologia di evento (e menu). La tabella di seguito propone, ad esempio, le grammature standard per un menu e le grammature per la preparazione di finger food.

ALIMENTI	STANDARD	FINGER FOOD
Pasta secca	70 gr.	25 gr.
Riso	70 gr.	25 gr.
Pasta fresca	110 gr.	35 gr.
Pasta per la pizza	200 gr.	15 gr.
Filetti di pesce	180 gr.	40 gr.
Gamberoni	220 gr.	45 gr.
Filetto di manzo	150 gr.	40 gr.
Roast-Beef a fette	80 gr.	25 gr.
Scaloppa di vitello	150 gr.	40 gr.
Prosciutto affettato	80 gr.	25 gr.
Petto di pollo	150 gr.	40 gr.
Verdure	120 gr.	35 gr.
Formaggio	80 gr.	25 gr.
Dolci	150 gr.	40 gr.

FOOD COST: calcolare questo dato è fondamentale per identificare un corretto prezzo

ALIMENTI	SPECIFICA	NETTO per 1	% SCARTO	LORDO per 1	COSTO UNITARIO	COSTO TOTALE
Spinaci	freschi	120 gr.	30%	170 gr.	€ 2,30/kg	€ 0,39
Pasta secca	tagliolini	80 gr.	0%	80 gr.	€ 1,00/kg	€ 0,08

di vendita finale. Per procedere con ordine nel calcolo è utile costruire una tabella con alcune colonne predefinite (anche con un foglio di calcolo per automatizzare alcuni passaggi). Fra le colonne della tabella, la **specificata** indica una caratteristica merceologica dell'alimento considerato; la colonna dello **scarto** contiene la percentuale di scarto (parte non edibile) che è separata dall'alimento durante le lavorazioni in cucina. Le ultime due colonne raccolgono le indicazioni sui costi: il **costo unitario** è il costo alla fornitura (al kg, al litro, a numero), mentre il **costo totale** è il costo complessivo della porzione di alimento necessaria per la ricetta (peso lordo per 1).

Nel calcolo del food cost ci sono alcune variabili legate ad alimenti specifici:

- **uova:** sono vendute a numero e il costo unitario sarà espresso per ogni singolo uovo. Pertanto l'utilizzo di solo albume o solo tuorlo non cambierà il costo totale;
- **carciofi, molluschi** particolari e **crostacei:** come le uova sono venduti generalmente a numero;

- **preparati di cucina:** brodi, fondi e altri preparati prevedono una resa gr./litro. Pertanto questo dato sarà indispensabile per calcolare il peso netto del preparato da considerare.
- **alcolici e superalcolici:** spesso sono venduti in bottiglie con una capienza diversa da 1 litro. In questo caso sarà necessario calcolare il costo unitario al litro prima di procedere con il calcolo del costo totale;
- **alimenti usati in piccole quantità:** spezie, aromi, sale e altri ingredienti di cui è difficile quantificare il peso possono essere compresi in un'unica voce riassuntiva definita **fisso**. Il valore di questa voce deve essere attribuito, ma in genere varia da 10 a 20 centesimi a porzione.

Per il calcolo degli scarti riportiamo di seguito una tabella riassuntiva delle percentuali per alcuni alimenti più diffusi.

ALIMENTI	SCARTO	ALIMENTI	SCARTO
Asparagi verdi	18%	Carpaccio di manzo	27%
Carote	15%	Costoletta di vitello	26%
Cavolfiore	25%	Entrcôte	20%
Insalata	10%	Manzo per stufati	10%
Patata	30%	Bocconcini di maiale	24%
Melanzana	12%	Foie gras	2%
Sedano	20%	Filetto di manzo	20%
Albicocca	10%	Petto di pollo	5%
Ananas	45%	Prosciutto crudo	30%
Arancia	30%	Cozze e vongole	80%
Mela	20%	Filetto di branzino	60%
Fragola	5%	Coda di rospo	60%
Melone	20%	Gamberi	40%
Zucchina	10%	Pesce persico	65%
Peperone	15%	Seppia	20%
Uovo	0%	Formaggi pasta dura	5%
Condimenti	0%	Formaggi morbidi	5%
Acqua e bevande	0%	Formaggi freschi	0%

Per calcolare il peso lordo è opportuno applicare la seguente proporzione:
 $100 : (100 - \text{SCARTO}\%) = \text{PESO LORDO} : \text{PESO NETTO}$

Esempio: spinaci freschi

Peso netto: 120 gr.
 Scarto %: 30%

$$100 : (100 - 30) = \text{PESO LORDO} : 120$$

$$\text{PESO LORDO} = 100 \times 120 / (100 - 30) = 12000 / 70 = 170 \text{ gr.}$$

Nella pagina seguente è riportato un esempio di semplice food cost sviluppato per una ricetta completa per 30 porzioni.

Petali di bresaola con mousse caprino e rucola

ALIMENTI	SPECIFICA	NETTO per 1	% SCARTO	LORDO per 30	COSTO UNITARIO	COSTO TOTALE
bresaola	manzo	80 gr.	5%	2525 gr.	€ 15,90	€ 40,17
caprino	vaccino	40 gr.	0%	1200 gr.	€ 4,60	€ 5,52
rucola	fresca	15 gr.	15%	530 gr.	€ 3,90	€ 2,06
tarassaco	fresca	15 gr.	15%	530 gr.	€ 4,20	€ 2,22
timo	tritato	5 gr.	15%	175 gr.	€ 6,20	€ 1,09
olio	e.v. oliva	5 gr.	0%	150,00	€ 4,40	€ 0,66
fisso (per 30 coperti)	sale - pepe				€ 0,10	€ 3,00
FOOD COST	TOTALE					€ 54,76
FOOD COST	PORZIONE					€ 1,83

FATTORE DI RICARICO: definito il costo delle materie prime è necessario calcolare un fattore di ricarico che tenga in considerazione **tutti gli altri costi**, diretti e indiretti, che tipicamente sono presenti in un'attività nel settore food&beverage. In particolare si tratta del costo del personale e dei costi generali. Oltre ai costi sarà necessario stabilire una quota percentuale di **utile predeterminato** nel prezzo di vendita finale e un'ulteriore quota legata alla retribuzione degli eventuali soci attivamente impiegati nell'azienda. Per reperire le informazioni utili a definire il *peso* percentuale di questi voci, è possibile analizzare il conto economico dell'attività oppure monitorare i costi mensili attraverso la documentazione fiscale. Di seguito riportiamo le percentuali standard di alcune tipiche attività di settore.

VOCI	RISTORAZIONE VELOCE	RISTORAZIONE COMMERCIALE	RISTORAZIONE GOURMET
Food Cost	25%	35%	30%
Costo del personale	50%	45%	40%
Costi generali	20%	20%	30%
COSTI TOTALI	100%	100%	100%
Utile predefinito	30%	30%	30%
Altri costi	15%	15%	15%
TOTALE	145%	145%	145%

Per calcolare il fattore di ricarico è sufficiente contrapporre il valore totale con il valore del Food Cost come di seguito.

VOCI	RISTORAZIONE VELOCE	RISTORAZIONE COMMERCIALE	RISTORAZIONE GOURMET
FATTORE RICARICO	145 / 25 = 5,5	145 / 35 = 4	145 / 30 = 5

PREZZO MINIMO DI VENDITA FINALE: definiti il costo delle materie prime e il fattore di ricarico, l'ultimo passaggio di questo metodo consente di stabilire il prezzo minimo di vendita finale. Per ottenere questo risultato è sufficiente **moltiplicare il valore del Food Cost del piatto con il fattore di ricarico**. L'aliquota IVA da considerare può essere del 10% per i ricavi ordinari e il 22% per le vendite d'asporto e per i ricavi accessori.

Esempio: prezzo di vendita finale "Petali di bresaola con mousse caprino e rucola"

Valore Food Cost: € 1,83

Ristorazione commerciale: fattore fisso 4,5

Prezzo minimo di vendita finale = $1,80 \times 4 = € 7,20 + 10\% \text{ IVA} = € 7,92$

convenience food: aspetti tecnici

Fra le numerose argomentazioni che riguardano le qualità merceologiche e organolettiche delle materie prime utilizzate nella ristorazione, capita spesso di affrontare con spirito critico l'argomento relativo ai prodotti alimentari semilavorati o, come da definizione tratta da alcuni famosi manuali di tecnologia culinaria, convenience food. Questa tipologia di alimenti sta avendo una diffusione sempre maggiore nel mercato, in quanto consentono di differenziare l'offerta gastronomica, razionalizzando al contempo la gestione delle scorte, di ottimizzare molte produzioni, evitando sprechi di materie prime fresche, e di rendere più produttive le ore lavorative degli addetti di cucina. Tuttavia la scelta di sostituire un prodotto grezzo con un semilavorato non sempre può risultare una scelta vantaggiosa per la cucina e deve tenere in considerazione diversi elementi.

Cosa è opportuno conoscere, per impiegare al meglio questa tipologia di prodotti?

Per definizione un convenience food è un prodotto grezzo che è stato in qualche modo prelaborato e si presenta pronto all'uso. In realtà si possono distinguere quattro categorie differenti di convenience food, categorie che spesso si sovrappongono alle differenti gamme alimentari:

1. Prodotti parzialmente lavorati, ossia prodotti che hanno subito solo una parziale lavorazione ma che richiedono ulteriori passaggi prima di essere pronti alla cottura. Tagli di carne interi già sezionati, pesce intero eviscerato, patate calibrate rappresentano alcuni esempi di questa categoria. Anche i semilavorati di panetteria, gelateria e pasticceria rientrano in questa categoria di prodotti.
2. Prodotti pronti alla cottura, ossia prodotti che si presentano già con una completa lavorazione a crudo, spesso con porzionatura, e possono essere passati direttamente in cottura. Verdure crude congelate, paste fresche congelate, carne fresca già porzionati (es. fiorentina) o miscelata in ripieni, fondi e brodi in pasta o liofilizzati rappresentano alcuni esempi di questa categoria.
3. Prodotti precucinati, ossia prodotti che si presentano con una parziale cottura e devono essere rifiniti o rigenerati per il servizio. Verdure pastellate o grigliate, carne già panata con prefrittura, primi piatti gratinati e stuzzicheria d'apertivo rappresentano alcuni esempi di questa categoria.
4. Prodotti pronti per il servizio, ossia prodotti che sono commercializzati già pronti per il servizio e non richiedono ulteriori lavorazioni di cucina. Insalate pronte, dolci al taglio, creme e salse da abbinamento per la pasticceria rappresentano alcuni esempi di questa categoria.

Materie prime fresche



- Materie prime
- Personale
- Scarti e perdite
- Costi generali
- Utile

Convenience food



- Materie prime
- Personale
- Scarti e perdite
- Costi generali
- Utile

Tre motivi per scegliere i convenience food.

La scelta di acquistare un alimento che appartiene a una delle quattro categorie sopra indicate può essere supportata da tre motivazioni principali:

1. **Prevenzione dei rischi igienici in ambienti di lavoro rischiosi per alcune lavorazioni.** Infatti nella produzione di particolari piatti, si pensi a molte ricette di pasticceria e gelateria o a lavorazioni con uova fresche, spesso non è possibile garantire una suddivisione degli ambienti di lavoro così efficace come i Regolamenti Comunali d'Igiene prescrivono. Sostituire queste lavorazioni rischiose di alimenti freschi con analoghe lavorazioni con prodotti semilavorati consentirebbe comunque di offrire determinate ricette nel menu del ristorante, garantendo sempre un margine di personalizzazione della ricetta.
2. **Stoccaggio razionale degli alimenti.** Poter disporre sempre di una linea di alimenti variegata, tale da garantire il soddisfacimento delle richieste della clientela, è tema di forte attualità in questo periodo di contrazione dei consumi e prerogativa indispensabile per un'attività che vuole proporre una personalizzazione dell'offerta. In questo ambito i convenience food possono essere selezionati per quegli alimenti che si reperiscono con difficoltà nel mercato, che presentano un quantitativo minimo di acquisto troppo elevato oppure che presentano per un periodo limitato un forte vantaggio economico nell'acquisto.
3. **Maggior controllo dei costi di produzione.** I prodotti semilavorati richiedono per loro natura una lavorazione di minor durata prima di essere serviti ai clienti. Riducendo la tempistica legata alla lavorazione si riducono così anche sprechi e perdite di peso, garantendo porzioni sempre equilibrate e bilanciate. Questi vantaggi sono più sensibili nel caso di attività dove lavorano addetti poco preparati, attività dove c'è una forte turnazione degli addetti oppure attività dove si ha un forte volume di produzione dei pasti.

Una provocazione di qualità: convenience food prodotti in casa.

In risposta alle numerose critiche che spesso si generano nell'affrontare questo argomento, propongo in conclusione un punto di vista in positivo sulle utilità dei prodotti semilavorati. Compresi i vantaggi di questa linea di prodotti, è possibile riprodurre almeno una parte puntando su un'efficace organizzazione del lavoro di cucina. Il tutto programmando una produzione in proprio di alcuni semilavorati, durante i tempi morti del lavoro, e approfittando delle tecnologie più avanzate oramai diffuse nelle moderne cucine. Lavorazioni e cotture sottovuoto, abbattimento rapido di temperatura, forni trivalenti o a microonde, termoplangeur e altre tecnologie possono consentire di lavorare grandi quantitativi di materie prime fresche al momento migliore e di predisporre una linea di cucina efficiente. Attuando questa modalità di lavoro si possono ottenere molteplici vantaggi anche dal punto di vista igienico ed economico, garantendo al contempo un controllo totale delle materie prime, partendo sempre dai prodotti freschi.

menu engineering

Approfondimento: come applicare i principi del menu engineering?

Il menu engineering rappresenta una fra le frontiere esplorate negli ultimi anni nel settore food&beverage. Nella creazione di un nuovo menu (stagionale, settimanale, degustazione, ecc.) sino ad oggi si è dato molto spazio all'applicazione di regole gastronomiche ed economiche. Abbinamenti organolettici corretti e food cost

proporzionato sono i due ingredienti di questa ricetta. Ma non sono i soli ingredienti. Il contesto economico mutevole e assai dinamico degli ultimi anni richiede di aggiungere, alle semplici valutazioni pregresse, alcuni strumenti tecnici più approfonditi per poter proporre un menu che offra al meglio i valori della propria azienda. Senza dimenticare che un menu è il primo strumento di marketing di un'impresa di settore.

BCG-Matrix		QUOTA DI MERCATO	
		BASSA	ALTA
CRESCITA	ALTA	 question mark	 star
	BASSA	 dog	 cash cow

È possibile unire questi ingredienti in un unico strumento di analisi del menu?

Fra i nuovi applicativi di questo settore risulta di utilità l'analisi del menu attraverso la matrice BCG, strumento utilizzato sino ad oggi in altri settori economici. Con questa matrice è possibile classificare le proposte food&beverage (food, drink e beverage in generale) della propria attività ponendo come criteri di base la quota di mercato e la

redditività delle proposte stesse:

1. Riflettere sulla quota di mercato consente di inglobare in un unico valore le qualità organolettiche di una proposta food&beverage e la percezione che la clientela ha delle stesse qualità. Il tutto senza prescindere alla discriminante rappresentata dal prezzo di vendita finale e dalla considerazione dello stesso in fase di acquisto.
2. Riflettere sulla redditività consente di inglobare in unico valore tutti gli aspetti tecnici, dall'acquisto delle materie prime fino alla corretta politica di pricing attuata in fase di costruzione del menu.

Osservando l'esempio di matrice proposta, risulta chiaro che le proposte food&beverage che ottengono valutazioni molto positive nei due valori sopra indicati si trovano nella categoria STAR e rappresentano le proposte che garantiscono la massima condizione favorevole per un'azienda.

Esistono altri strumenti per valutare la qualità di una menu?

La tradizione della tecnica culinaria ci offre altri tre strumenti per valutare un'offerta food&beverage:

1. ampiezza dei prezzi

i prezzi sono correttamente suddivisi per le fasce di mercato target e orientano il cliente al meglio nella scelta?

2. dispersione dei prezzi

c'è un corretto rapporto fra il prezzo minimo e il prezzo massimo proposto?

3. rapporto qualità-prezzo

il valore economico medio dell'offerta food&beverage come si pone in rapporto con il valore medio della spesa di ciascun cliente?



ASSOCIAZIONE
CUOCHI
BRIANZA

Food&Beverage
CONSULTING



ASSOCIAZIONE
CUOCHI
BRIANZA

Food&Beverage
CONSULTING