

DOLCESALATO

GIUGNO 2023

INTERVISTA DEL MESE

Alessio Conti: il quarto
Gamberini, a Bologna Centrale



INCHIESTA

I passi giusti
per andare all'estero

DOSSIER

Pasticceria e snack salati
alla ribalta



Arriva la *rivoluzione plant based*

Marika Van Beurden, consulente e imprenditrice di successo, affronta con studio e determinazione l'esigenza di pensare a una **nuova pasticceria**

I NUMERI *al timone* DELL'AZIENDA

Buona preparazione e passione sono certamente importanti ma non sufficienti a garantire il successo. Sono i numeri i sinceri e severi alleati dell'imprenditore. Approfondiamo i concetti fondamentali di food e full cost

⇒ Di Lorenza Dalla Pozza

Con il termine **food cost** si definisce, letteralmente, il costo puro della **materia prima** utilizzata nelle diverse ricette e preparazioni che costituiranno l'offerta complessiva della pasticceria: rappresenta, in sostanza, tutti gli acquisti degli ingredienti verso i fornitori esterni. Per una gestione efficace, è essenziale avere un buon controllo di questi costi, effettuando scelte oculate nella fase iniziale di selezione, nonché sistematici e precisi monitoraggi successivi. Gestire in modo ottimale il food cost permette di risparmiare non solo sulla spesa propriamente detta, ma anche in termini di tempo e risorse, consentendo di aumentare il margine anche in assenza di incrementi delle vendite.

Qualsiasi impresa che operi nel settore enogastronomico è caratterizzata da una struttura mediamente rigida dei costi e da un'offerta altamente deperibile, aspetto particolarmente sentito in pasticceria. Proprio per questo, la gestione oculata degli acquisti senza sprechi di risorse può garantire miglioramenti immediati e tangibili nei numeri del vostro business.

CALCOLARE IL FOOD COST

"Io non ne ho bisogno. È troppo difficile. La mia pasticceria ha incassi alti ed è sempre piena, dunque non mi serve. Divento matto con tutti quei numeri". Sono queste alcune pericolose affermazioni che si ascoltano di frequente. Ecco come procedere.

- 1 Fai l'inventario di tutte le materie prime presenti nel tuo laboratorio e magazzino.
- 2 Con l'aiuto di un dispositivo elettronico o di un software gestionale - molte pasticcerie si avvalgono di un foglio excel sviluppato ad hoc - tieni traccia delle materie prime

utilizzate durante le diverse fasi di lavoro, in un determinato periodo di tempo.

3 Calcola il food cost facendo la differenza tra l'inventario iniziale, più gli acquisti fatti in quel periodo, e l'inventario finale. Otterrai così il food cost consuntivo, da monitorare nel tempo.

4 Considera con attenzione il costo degli scarti, così come quello delle farciture e delle decorazioni. Ogni elemento non utilizzato o di troppo rappresenta un costo che puoi evitare.

5 Confronta costantemente lo scostamento tra food cost preventivo e consuntivo.

Il food cost preventivo, detto anche ideale o teorico, si determina dalla grammatura puntuale delle ricette e dalla standardizzazione delle procedure. Così facendo, si possono correggere tutte quelle situazioni negative dovute a sprechi, errori, smanchi, e apportare man mano i correttivi necessari per arrivare alla migliore performance.

IL FULL COST

Abbiamo visto che il food cost è il costo puro della materia prima utilizzata. Ma altre voci concorrono a determinare il costo reale finale dei nostri prodotti. Sono infatti da imputare a ciascun articolo, in modo specifico se possibile o in quota parte, anche tutte le altre componenti di spesa sostenute per lo svolgimento della nostra attività: attrezzature, lavoro del personale, consumi e pulizie, oneri finanziari, imposte, costi amministrativi e gestionali, canoni di locazione e così via. Fissato quindi il pricing corretto dei nostri prodotti, sarà a questo punto possibile determinare il break-even point, ovvero il punto di pareggio, in cui profitti e costi di un'attività aziendale sono



Ogni mese **Giacomino Pini**, esperto di marketing strategico e formatore, offre spunti utili per il salto di qualità del vostro business.

LE TEMATICHE

1. Organizzazione ottimale del lavoro

- I parte: il posizionamento ideale del format in pasticceria
- Il parte: gli spazi, rispetto all'idea e all'operatività del format

2. Il timone dell'azienda: i numeri

- I parte: il food cost come punto di partenza, il full cost come punto di arrivo
- Il parte: la corretta gestione del magazzino

3. Il cuore pulsante dell'azienda: l'ingegneria del menu

- I parte: cos'è, come funziona, come si adatta alla pasticceria
- Il parte: vendere meglio e con maggiore margine

4. Come creare un corretto business plan

- I parte: dall'idea alla struttura concettuale del business plan
- Il parte: gli indicatori per costruire correttamente un business plan

in equilibrio. A partire da qui la vendita dei vostri prodotti è in grado di garantire la copertura di tutti i costi fissi e variabili: in sostanza, se avete fatto un buon lavoro, da qui potete iniziare a guadagnare.

© Riproduzione riservata