

AUMENTA TUTTO E NOI COSA FACCIAMO? ...COME IL GATTO CI MORDIAMO LA CODA?

di Gabriele Beltrami, direttore GastroTicino

Personalmente, e come molti altri, non credo sia tutta colpa della Guerra! Proprio ieri ho acquistato del pellet svizzero in sacchi da 15 kg che sino a febbraio 2022 pagavo 4,60 chf, pagandoli 12.80 chf (sempre pellet e sempre svizzero): ma come mai lo si paga il triplo? Non sono cadute bombe in Svizzera e al massimo il costo del trasporto è aumentato un po'. E allora capisci che tanta è la speculazione, o l'occasione per ritoccare i prezzi all'insù. Non pensate che domani torni tutto come prima, al



massimo i prezzi scenderanno un pochino per "la coscienza pulita", ma al febbraio 2022 non si torna! E la ristorazione, come tutti del resto nel privato, subisce "supina" e cerca di barcamenarsi. Nel privato si risparmia, ci si ridimensiona e si farà qualche sacrificio, ma in azienda come nella ristorazione, ci si deve sedere e ragionare!

ADEGUARE I PREZZI?

Per forza, onde poter far fronte alle spese, al rincaro di tutte le materie prime, al rincaro dell'energia, ai costi delle assicurazioni malattia per i collaboratori e al mantenimento del personale con i prospettati aumenti di salario per il 2023.

Valutare se adeguare i prezzi tenendo conto delle proprie spese - e mai come oggi saranno importanti i calcoli prezzi al centesimo - è importante operazione, da fare con l'intento di andare avanti, stando a galla con un proprio dignitoso salario.

Ma attenzione al rovescio della medaglia: il potere d'acquisto che, purtroppo, anche il nostro cliente ha perso.

Nella ristorazione - e lo ricordiamo sempre nella nostra formazione - non si devono superare le percentuali calcolate per il settore, anche se prima della pandemia e del mese di febbraio, difficilmente si riusciva a rimanere in tali percentuali:

- 48 % salari, compreso il titolare
- 29,3% per la merce
- 10,7% affitto e costi generali d'esercizio
- 12% costi finanziari e d'investimento impianti.

In conclusione, ritengo che non si debbano aumentare i prezzi, ma adeguarli. Spiegatelo al cliente che è sulla nostra stessa barca: purtroppo non possiamo fare altrimenti, comprenderà.