

n.5 2024

il

italiangourmet

PANIFICATORE

italiano

Powered by

SPAZI GENIO
CONCEPT AND DESIGN FOR FOOD

Storia di copertina

MY BAKERY & BISTROT CON SPAZIO GENIO

*Creatività e costi
al servizio dell'impresa*

● Esclusiva

**INTERVISTA
AD ANTONIO TASSONE,
PRESIDENTE DI ASSIPAN**

● Speciale pizza in teglia

**OPINIONI, INTERVISTE, RICETTE
E NOVITÀ DALLE AZIENDE**

● Suggestioni dal mondo:

**IL PANETTONE SALATO
DEL GIAPPONE**

My Bakery

BISTROT FIRENZE



My Bakery

BISTROT FIRENZE



My Bakery & Bistrot:

creatività e costi
al servizio dell'impresa

Il successo va pianificato. Occorre avere un'idea e la capacità di organizzare la sua messa a terra affidandosi a professionisti che garantiscano la sua sostenibilità anche a livello economico. Vediamo come

di Atenaide Arpone - foto di Carlo Casella

Seguendo il consiglio di Marco Gabriele di Spazio Genio, sono andata a visitare la nuova Bakery di Aurelio Fontani, un imprenditore dalla forte personalità e dalla grande esperienza, che ha deciso di aprire il suo locale nel centro di Firenze affidandosi per l'appunto a Spazio Genio per la sua realizzazione. Il risultato: negozio pieno a ogni ora del giorno. Non si tratta di un caso (il Fontani ha alle spalle le aperture di molti ristoranti a Firenze, a Forte dei Marmi e anche a Milano), ma della concretizzazione di un'idea vincente: quella di portare la ristorazione veloce in una bakery sita nel centro di una città d'arte. La fortuna di questo locale, che si chiama My Bakery & Bistrot, ci dà lo spunto per capire come si muove un imprenditore: dalla concezione del locale, alla gestione dei costi. Ne parliamo con Paolo Marchesini, il suo responsabile amministrativo.

Dall'intuizione al negozio

Nato negli spazi di un ex panificio di successo, My Bakery & Bistrot, in poco tempo, è entrato nel cuore dei fiorentini e dei turisti che passeggiano in uno dei centri storici più belli del mondo: quello di Firenze. Merito della precedente gestione e anche della mentalità vincente di Aurelio Fontani, un imprenditore che vanta una notevole conoscenza nel campo della ristorazione e che ha scelto di lanciarsi in quello dei prodotti da forno. Un personaggio dalle grandi capacità di sintesi tra la gestione d'impresa, il buon gusto e la passione di soddisfare il cliente. Fontani si è innamorato del mondo dell'arte bianca e ha voluto abbinarla alla



A sinistra: la vetrina di My Bakery&Bistrot: il locale si trova in centro a Firenze a due passi da Santa Maria Novella. Dall'esterno le vetrine lasciano ben vedere che cosa si trova all'interno: uno stratagemma che attira sia i turisti sia i fiorentini.

ZOOM

MARCO GABRIELE DI SPAZIO GENIO

FACCIAMO I CONTI: I COSTI E I GUADAGNI DI UN NUOVO LOCALE

I costi

Tra le percentuali di costi che un'azienda deve sostenere, quella dell'investimento o della ristrutturazione di un arredamento sembra lo scalino più alto. In realtà è il più basso ed è quasi impercettibile: il costo maggiore è costituito dal personale. Perché? L'ammortamento della spesa, cioè la totale deducibilità dell'investimento di una ristrutturazione, viene spalmato su cinque anni. L'intera spesa diventa quindi un costo che abbassa il calcolo delle tasse. Si può quindi comprendere che - anziché pagare tasse sul fatturato - è meglio investire per avere una attrezzatura e un punto vendita più performante. Teniamo conto del fatto che la retribuzione di un dipendente mediamente si aggira intorno ai 40.000€ all'anno, contributi compresi, se lo moltiplichiamo per cinque (il numero di anni che occorre per ammortizzare la spesa di un arredamento nuovo) arriviamo a 200.000€. Se prendiamo come esempio My Bakery & Bistrot a titolo puramente indicativo per dare dei macro-valori, possiamo affermare che per rinnovare il solo punto vendita - ricomprendendo i lavori edili, l'impianto elettrico, i serramenti, l'aria condizionata, ecc. - si raggiunge circa il costo di un collaboratore. Quindi un arredamento completo di opere edili ed impianti con l'inserimento della somministrazione costa indicativamente quanto un dipendente per lo stesso periodo.

I guadagni

Visti i costi, dobbiamo però considerare che un rinnovo di questo tipo, porta mediamente a un incremento delle vendite che va dal 60% al 150% nei casi più fortunati. Supponendo che l'incasso, prima del rinnovo, fosse di 2500€ al giorno, si può ipotizzare che, con il rinnovo dei locali, si possa arrivare a 4.000€ al giorno (ed è una valutazione prudenziale). Moltiplicando tale incasso per



ristorazione veloce e alla caffetteria, nella convinzione che sarebbe stato un format amato sia dai turisti sia dai fiorentini. Per il suo nuovo locale ha scelto Marco Gabriele di Spazio Genio: tra i due è infatti scattata da subito una naturale profonda simpatia e stima professionale. Aurelio e Marco hanno lavorato assieme, fianco a fianco, instancabilmente, sia per la realizzazione del progetto nel suo insieme, sia per stabilire i dettagli funzionali e le peculiarità estetiche, confrontandosi e analizzando ogni singolo dettaglio in perfetta sintonia.

Come realizzare un progetto economicamente sostenibile

Chiacchierando con il direttore amministrativo di Bakery & Bistrot è emerso che, quando si realizza un nuovo locale, c'è una fase preliminare molto importante che non bisogna sot-

totalutare: occorre cioè fare un'analisi importante, che è quella previsionale. Oggi, se non si ha un business plan, non si va da nessuna parte. Avere un controllo della gestione di base è fondamentale per qualsiasi azienda, anche la più piccola. Ci sono delle regole non scritte per cui nei costi devono rientrare - per esempio - una certa percentuale di materia prima, una di spese generali e così via. È logico che, nel calcolare questi fattori, conti moltissimo l'esperienza che ciascuno ha della propria impresa: oltre alle regole generali, ogni realtà deve anche considerare le proprie peculiarità. Sicuramente sappiamo che il costo del personale incide molto, più di materie prime e spese generali: ognuno deve avere l'accortezza di mettere per iscritto tutti i costi e calcolare una percentuale di ricavi del 10-15%, altrimenti un'impresa non ha senso. Attenzione: il personale è un costo, ma anche una risorsa che va gestita non solo dal punto di vista



25 gg lavorativi al mese, otterremo un maggior incasso di circa 450.000€ all'anno. Anche supponendo che il lavoro in più comporti l'assunzione di due dipendenti - per un costo supposto di 80.000€ - resterebbero comunque 370.000€ di fatturato in più. Questo è il motivo per cui i nostri negozi, in realtà, normalmente ripagano l'investimento in 8-10 mesi grazie all'incremento delle vendite e alla funzionalità operativa del personale. Se anche dovessimo considerare investimenti maggiori in caso si rendessero necessarie opere murarie di laboratorio, nonché attrezzature, l'investimento si ripagherebbe in circa due anni.

Le conclusioni

Ovviamente esistono anche fornitori di arredamenti che calcano la mano sui prezzi; occultano i costi accessori delle ristrutturazioni; propongono attrezzature di laboratorio sovradimensionate, anziché cose utili e proporzionate, quindi, il discorso appena fatto vale se l'ammmodernamento è fatto ottimizzando i costi/benefici. Per avere questo genere di ritorno, quindi, in generale bisogna realizzare progetti vincenti e funzionali, dove si tiene conto delle economie dei costi di gestione e, in modo particolare, del numero dei dipendenti, perché è veramente questa l'incidenza più alta. Attenzione però a non considerare le risorse umane unicamente come un costo: l'imprenditore deve dedicare le risorse maggiori proprio alla creazione e alla gestione della squadra, per ridurre il costo attraverso l'ottimizzazione dell'organizzazione. Occorre essere onesti e riconoscere che, quando un'azienda non funziona, non è quasi mai per colpa dei dipendenti, ma semmai dell'imprenditore: è lui la mente e il pensiero, e sua è anche la responsabilità. Quando un'azienda vince, il merito è quindi dell'imprenditore e dei suoi collaboratori, nel senso che lui ha saputo coordinarli nella loro funzione operativa con successo e soddisfazione economica, professionale e umana per tutto il team.

spaziogenio.com

della spesa, ma anche per quello che può dare al locale in termini di fatturato (vedi box qui sopra, ndr).

Non è necessario avere risorse finanziarie, ma un progetto a lungo termine

Chi non ha risorse economiche non deve rinunciare al sogno di aprire un locale per paura di non far fronte ai debiti: esistono infatti dei consigli utili per non essere fagocitato dalle e difficoltà di ordine finanziario. Il progetto iniziale è fondamentale e, con il concetto di progetto, si deve intendere non solo quello strutturale, ma anche quello delle ipotesi di spesa: sapere più o meno dove si va a parare considerando ogni voce di costo, aiuta tantissimo. Si può anche non avere una potenza economica alle spalle ed essere nella condizione di venire supportato dalle banche, ma occorre conoscere con esattezza quali sono i nu-

meri che vanno portati presso gli istituti di credito. Non si può chiedere un milione e poi trovarsi a spendere un milione e tre, altrimenti è chiaro che si rischia di restare incastrati nel proprio sogno. Meglio investire del tempo in più, anche un mese o due, per realizzare il progetto di quella che sarà la propria attività, piuttosto che restare strangolato in una fase successiva.

Trattare con le banche si può

Ebbene sì, esiste la possibilità di trattare con le banche, ma è necessario non farsi prendere per il collo. Le banche non hanno un potere assoluto, perché, senza le imprese, non potrebbero sopravvivere. L'importante, quando ci si rivolge a loro, è proporre un investimento facendole sentire coinvolte in un progetto che abbia prospettive di crescita per entrambi. È fondamentale anche mostrarsi per quello che si è: nel caso di un



ZOOM

MY BAKERY & BISTRO IN DETTAGLIO

Il laboratorio di panificazione è di mq. 40 e fornisce prodotti salati e pasticceria da forno. La cucina espressa gastronomica è di mq. 30. Il punto vendita è di mq. 70 in cui sono stati ricavati per l'intrattenimento 35 posti a sedere. La macchina del caffè è posta perpendicolarmente rispetto al bancone e permette di creare un'area riservata e più tranquilla rispetto al flusso di persone che acquistano per l'asporto. La vetrata permette di vedere all'interno e di scoprire la caffetteria e i prodotti. Le scritte (come "panettiere", nella foto a sinistra) aiutano a comprendere quali prodotti si trovano nel locale e sono anch'esse ben visibili dall'esterno: questo stratagemma è un buon richiamo per i turisti e i passanti.

Imprenditore come Aurelio Fontani farlo è più semplice, vista l'esperienza che vanta e la reputazione di cui gode, ma in generale, essere sinceri e non vendersi per quello che non si è, aiuta molto. Un altro aspetto importante, quando si ha a che fare con gli istituti di credito, è informarsi (tramite un professionista, se necessario). Bisogna essere preparati sui tassi di interesse, sulle opportunità del mercato, ecc., anche perché oggi il direttore di una banca è una figura diversa rispetto al passato, cui è stato tolto potere decisionale e che - a sua volta - deve sottoporre il progetto di impresa (e la richiesta di finanziamento) alla direzione centrale. Da anni ormai è venuto meno quel rapporto personale e di fiducia grazie al quale era il direttore della filiale che decideva se puntare o meno su un imprenditore. A questa mancanza si pone rimedio con l'approccio professionale, proprio o dei propri consulenti.

Attenzione alle spese impreviste

Una volta superato l'impatto degli investimenti iniziali, occorre considerare che potrebbero esserci delle spese impreviste. Un alto tasso di imponderabilità, per esempio, è legato alle risorse umane: oggi trovare personale competente è molto difficile. Conseguentemente può capitare che i dipendenti chiedano aumenti o diano le dimissioni, perché hanno trovato un lavoro più remunerativo. Se, come spesso accade, si tratta di persone già formate e su cui si fa affidamento, occorre accantonare delle risorse economiche che permettano di concedere tale aumento, sempre che ne valga la pena: un accantonamento intorno all'1/1,5% del fatturato, per questo genere di imprevisti, può mettere al riparo da eventuali problemi.



La sintesi tra creatività e conti in ordine

Quando si crea o si rinnova un locale, bisogna quindi trovare un punto di incontro tra la creatività, che chiede un negozio "esperienziale", e la necessità di far quadrare i conti. Occorre trovare un compromesso tra chi realizza il concept e chi deve farlo rendere e lo si può fare solo se alla base c'è una certa affinità e un rapporto basato sulla stima reciproca. Tra Aurelio Fontani e Marco Gabriele di Spazio Genio questa alchimia si è creata e i risultati non si sono fatti attendere. Il professionista che crea il progetto deve conoscere il cliente, capire quali sono le sue intenzioni e concretizzare i suoi desideri restando all'interno del budget che l'imprenditore mette a disposizione.