

*Το κρασί στο εστιατόριο : Από το χύμα στο εμφιαλωμένο και από το ακριβό στο φθηνό.*

*ΟΙΝΟΠΑΜΑ 2010 ( 15/3/2010 ) Τοποθέτηση Ανδρέα Ματθίδη ΑΙWS*

Πρώτα από όλα πρέπει να αναφερθούμε στην **κλωνισμένη** εμπιστοσύνη του καταναλωτή, η λέξη κλειδί για κάθε προσφερόμενο προϊόν δεν μπορεί να είναι άλλη από το **έντιμο**.

Έντιμο = Σχέση ποιότητας – τιμής ( Σήμερα παγκοσμιοποιημένη η αντίληψη των καταναλωτών, ταξιδεύουν πολύ και συγκρίνουν τόσο την παρεχόμενη ποιότητα, όσο και τις τιμές )

Το μήνυμα πρέπει να είναι : Προσέχω τις τιμές μου και σέβομαι τον καταναλωτή.

Ένα μεγάλο πρόβλημα της εστίασης στην Ελλάδα, είναι ότι οι επιχειρηματίες δεν είναι και επαγγελματίες της εστίασης. Στο εξωτερικό και ιδιαίτερα στις παραδοσιακά γαστρονομικές χώρες ( Γαλλία, Ιταλία ), οι ιδιοκτήτες είναι και επαγγελματίες οι οποίοι εργάζονται στην επιχείρηση σε καθημερινή βάση ( συνήθως ο ένας είναι στην κουζίνα και ο άλλος στην σάλα ). Στην Ελλάδα συνήθως υπάρχει κάποιος επιχειρηματίας, συχνά άσχετος με την εστίαση, που επενδύει και μάλιστα θέλει γρήγορα να πάρει πίσω τόσο το κεφάλαιο του, όσο και να βγάλει βέβαια κέρδη. Η έμφαση δίνεται συνήθως στην διακόσμηση του χώρου με πολύ ακριβά έπιπλα και αντικείμενα, η δε στελέχωση έρχεται σε δεύτερο επίπεδο και οι τιμές πώλησης δεν ορίζονται με ορθολογικό τρόπο.

Κανονικά όλες οι μονάδες εστίασης πρέπει να καθορίζουν τις τιμές τους βάσει ενός μοντέλου, ειδικά για το φαγητό πρέπει να υπάρχουν Standard Recipes, όπου να περιγράφονται με ακρίβεια όλα τα συστατικά και οι ποσότητες που απαιτούνται για την δημιουργία των πιάτων, αυτές οι συνταγές πρέπει να ενημερώνονται καθημερινά με τις αγορές σύμφωνα με τα τιμολόγια και έτσι να επιβεβαιώνεται η όχι το θεωρητικό κόστος σε σχέση με το πραγματικό. Εκτός από μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και λίγα σοβαρά εστιατόρια, ποιος ακολουθεί αυτή την λογική στη χώρα μας ? μήπως οι τιμές τις περισσότερες φορές καθορίζονται με τη «διαίσθηση» ??

Οι λίστες κρασιών των εστιατορίων μας, είναι διαχειρίσιμες και λειτουργικές ? έχει νόημα να υπάρχουν πολύ μεγάλες λίστες στα εστιατόρια ? Τα κρασιά που υπάρχουν στις λίστες είναι διαλεγμένα για την

συγκεκριμένη κουζίνα του κάθε εστιατορίου ?? Οι τιμές πώλησης των κρασιών πως ορίζονται ? μήπως πολλαπλασιάζοντας την τιμή αγοράς επί 3, 4, 5 φορές ?? μήπως η τιμή φιάλης ορίζεται σύμφωνα με τις τιμές που πουλά δίπλα μας ο ανταγωνισμός ??

#### Στοιχεία 2009

- Μείωση 3% των συνολικών πωλήσεων κρασιού στην Ελλάδα
- Μείωση των χονδρικών πωλήσεων κρασιού, αύξηση των λιανικών πωλήσεων ( κυρίως Super market )
- Οι ιδιωτικές ετικέτες κερδίζουν συνεχώς μερίδιο

Η μόνη λύση για την ύπαρξη των μονάδων εστίασης είναι η TIMΙΑ τιμολόγηση τόσο του φαγητού όσο και του κρασιού.

#### Παραδείγματα από το εξωτερικό.

- Στις Η.Π.Α μέση τιμή κατ' άτομο 2,5 χρόνια πριν ( προ οικονομικής κρίσης ) 35 - 40 \$, σήμερα 25\$ κατ' άτομο, η ίδια η αγοραστική δύναμη οδηγεί σε τιμές που μπορούν να αντέξουν οι καταναλωτές ( συνεχόμενη αύξηση πωλήσεων εμφιαλωμένου κρασιού, σε μία όχι τόσο παραδοσιακή αγορά για κρασί – μπύρα, coca cola )
- Στο κέντρο του Παρισιού, Bistrot du Sommelier – Philippe Faure Brac ( 1<sup>ο</sup> πιάτο με ποτήρι κρασί, 2<sup>ο</sup> πιάτο με ποτήρι κρασί, γλυκό με ποτήρι κρασί 25 – 30 € κατ' άτομο, εάν κάποιος επιθυμεί περισσότερο κρασί πολύ καλές τιμές τόσο με το ποτήρι, όσο και με την φιάλη )
- Βαρκελώνη ( πολιτική τιμολόγησης κρασιών : για κρασιά που κοστίζουν από 0-30 €, επιβάρυνση 10 € ανά φιάλη, από 30-80 €, επιβάρυνση 20 € ανά φιάλη και για κρασιά από 80 € και πάνω, επιβάρυνση 50 € ). Δίνεται επίσης η δυνατότητα, σε όποιον θέλει να μπορεί να φέρει το δικό του κρασί πληρώνοντας 10€ για το σέρβις και τα διαφυγόντα κέρδη. (B.O.B Bring Own Bottle). Επειδή οι επιβαρύνσεις είναι πολύ λογικές, , μετά από δύο χρόνια εφαρμογής αυτού του τρόπου τιμολόγησης, ελάχιστοι μπαίνουν στον κόπο να φέρουν το δικό τους κρασί.
- Στην επαρχία της Ισπανίας, κοντά στο Logroño στην περιοχή της Rioja : Μικρό εστιατόριο, λίστα κρασιών μόνο με 11 ετικέτες ( 3 λευκά, 3 ροζέ και 5 κόκκινα ), όλα τα κρασιά σερβίρονται είτε με το ποτήρι, είτε με την φιάλη και με αντίστοιχη πολιτική τιμών 7 – 9 € επιβάρυνση στην τιμή αγοράς. Διαρκώς αυξανόμενες οι πωλήσεις του εμφιαλωμένου κρασιού.

## Σερβιτόρος – Οινοχόος

Πόσα εστιατόρια στην χώρα μας διαθέτουν σήμερα Οινοχόο ??  
Μήπως είναι πολύ απαραίτητος για την ποιότητα των υπηρεσιών του αλλά και για την εικόνα κάθε μονάδας εστίασης ??

Πρόσφατα ολοκληρώθηκε το περίγραμμα εργασίας του Οινοχόου, πράγμα που πιστεύω θα βοηθήσει στην κατανόηση του αντικειμένου της εργασίας του. Κάνω με την ευκαιρία, ανοιχτή πρόταση προσέγγισης του θέματος στην Πανελλήνια Ομοσπονδία Εστιατορικών και Συναφών Επαγγελματιών, που βρίσκεται εδώ μαζί μας σήμερα. Δεν θα μπορούσε ένας από τους σερβιτόρους που απασχολεί η κάθε μονάδα εστίασης να αναλάβει και τον ρόλο επίσημα του Οινοχόου ?? Εμείς πάντως σαν Πανελλήνια Ένωση Οινοχόων είμαστε εδώ και μπορούμε να προσφέρουμε Πανελλαδικά εκπαίδευση, αυτός είναι και ο ρόλος μας άλλωστε. Σκοπός μας είναι να μεγαλώσει πολύ η Πανελλήνια Ένωση Οινοχόων και όχι να θεωρείται μία ελιτίστικη ομάδα επαγγελματιών. Η ποιο σημαντική πηγή μελών για την ένωση μας, σαφώς και είναι όλοι οι σερβιτόροι της χώρας μας.

Νομίζω ότι η σφιχτή διαχείριση σε κάθε επίπεδο επιχειρηματικής δραστηριότητας στη χώρα μας είναι μονόδρομος. Πρέπει να το καταλάβουμε όλοι γρήγορα και να ξανακερδίσουμε την χαμένη εμπιστοσύνη του καταναλωτή. Όλοι όσοι εμπλεκόμαστε στην αλυσίδα, από τους παραγωγούς κρασιού μέχρι τους εστιάτορες πρέπει να ελέγξουμε καλύτερα το κόστος και να μειώσουμε – όσο γίνεται – τα περιθώρια κέρδους. Η τελική τιμή προϊόντος θα γίνει ποιο ανταγωνιστική μα πάνω απ' όλα θα αντικατροπτίζει καλύτερα την σχέση της με την προσφερόμενη ποιότητα.

Κλείνοντας θέλω να τονίσω ότι το Ελληνικό κρασί ΠΡΕΠΕΙ να είναι η βιτρίνα του Ελληνικού εστιατορίου..\_\_