Delivery drink: tutto quello che occorre sapere con Samuele Ambrosi

samuele-ambrosi-525c3046

Delivery drink: con quali modalità si può proporre? Che cosa bisogna tenere presente quando si introduce un servizio del genere? E rappresenta davvero un’opportunità di business? Ecco alcune delle domande che abbiamo posto a Samuele Ambrosi

Prima di parlare di delivery drink, parliamo di preconfezionato. Si possono vendere con il delivery prodotti come bottiglie di vodka, birra e vino?
Sì, occorre solo controllare nel S.U.A.P. se è inclusa la possibilità di vendita. In caso contrario, basta farne richiesta.

Che cos’è il S.U.A.P.?
È lo Sportello Unico per le Attività Produttive (abbreviato S.U.A.P.) è uno strumento di semplificazione amministrativa che mira a coordinare tutti gli adempimenti richiesti per la creazione di imprese, al fine di snellire e semplificare i rapporti tra la pubblica amministrazione italiana e i cittadini.

Ed è possibile imbottigliare un drink al bar?
Sì. Si lavora su accisa assolta, ma non è chiaro se si possa fare circolare l’alcol fuori dal locale. È una

questione di licenza e per ora resta una zona d’ombra.

Che cosa consigli a chi volesse fare delivery drink?
La prima regola ed è la regola più importante ci vuole buon senso. Ed è forse è quello che manca di più. Tieni presente che la maggior parte dei colleghi nemmeno sa come calcolare la gradazione alcolica dei cocktail. E poi, occorre valutare se la clientela della propria zona sia avvezza per abitudini di consumo al delivery. Perché, diciamolo: in Italia probabilmente solo a Milano, a Roma e a Torino si è sdoganata la consuetudine all’uso di questo servizio. Nel resto della penisola, invece, delivery è si[illegible] l’emergenza coronavirus ha sicuramente stimolato la richiesta di consegne a casa, un conto è pa[illegible]are di food, altro di drink. Chi e[illegible]ndo la gente beve i cocktail in Italia? Al di là degli appassionati pro[illegible]essionisti o meno, che un dr[illegible]nk a casa se lo preparano da soli, il nostro pubblico è fatto di pe[illegible]one che nel cocktail vedono u[illegible] occa[illegible]ne di socialità e di convivialità. Una condizione attualm[illegible]nte pr[illegible]clusa dalle normative vigenti p[illegible] contra[illegible]are il covid-19.

[c[illegible]ption id="a[illegible]achment_173454" align="aligncenter" width=[illegible]30"]



Venezia [/caption]

Perché è importate saper calcolare la gradazione alcolica di drink?
Perché è necessario garantire la tracciabilità e una corretta scheda del prodotto confezionato.

E non può bastare un densimetro per calcolare la gradazione del drink?
No, perché all'interno del drink la densità e gli zuccheri possono alterare la percezione del densimetro.

LE CONCLUSIONI

Andiamo avanti. Quali formule di delivery drink si possono mettere in atto?
Ci sono due strade. La prima è il delivery strategico, funzionale al fine di movimentare la cassa. È una formula perseguita da più colleghi. In sostanza, vendi drink creati, imbustati e sigillati nel locale. La seconda è la strada del business delivery, pensata con lo scopo di introdurre una nuova opportunità di guadagno sulla lunga distanza. Una scelta del genere implica però un ulteriore investimento di denaro, di studio e di risorse perché prevede il coinvolgimento di un'azienda (liquorificio o distilleria) cui affidarsi per la fase di imbottigliamento. È evidente che un progetto del genere, però, è perseguibile solo da realtà grandi e solide e che per avere successo va studiato con cura e professionalità in tutti i dettagli.

Vantaggi e svantaggi delle due formule di delivery drink?
Se ti affidi a un'azienda per l'imbottigliamento hai la certezza che il prodotto sarà sottoposto a tutti gli esami chimici e qualitativi utili a definirne in modo impeccabile tracciabilità e scheda tecnica. Non solo, dal punto di vista fiscale la gestione è abbastanza semplice: si lavora in sospensione di accisa. Quindi, l'accisa verrà apposta alla fine del percorso.

Insomma, ha senso fare delivery drink?
No. Non conviene a livello economico, mancano le competenze e poi ci sono dei problemi fiscali. Insomma tra l'impegno in termini di tempo, di costi e di distribuzione e l'esiguo numero di clienti potenzialmente interessati al delivery drink, non mi sembra valga la pena. Discorso diverso invece è quello di vendere drink to go in occasioni di feste e piccoli eventi.