Andrea Dracos: «Back to the roots, voglio tornare a un bar che è un bar»

20250922124939bancobar-dsc2386-e50127d6

In tempi di crisi il locale deve essere sostenibile anche per i clienti. Così Eredi Borgnino cambia rotta: servizio classico, miscelazione semplice con 4/5 signature, drink comprensibili da tutti e prezzi a partire da 8 euro

Cambia rotta Eredi Borgnino, elegante cocktail bar torinese guidato dal bar manager **Andrea Dracos, vincitore della Campari Bartender Competition 2015** e con varie esperienze tra Trieste, Milano e la natia Torino, che diventa anche socio insieme a Exica e all'Ad Giuseppe D'Arrigo. «Quando la situazione lo richiede, bisogna essere in grado di cambiare rotta. È questo il cuore dell'ospitalità, chi si ferma è perduto», esordisce Dracos.

L'idea è semplice: in questi tempi incerti, tra inflazione e calo del potere d'acquisto degli stipendi, il settore è sotto tiro e spesso arranca. **Molti titolari stanno rivedendo i propri concept**. «Abbiamo riaperto dopo l'estate con un taglio molto più tradizionale, quindi drink più classici, meno elaborati, per rivolgerci a una clientela molto più semplice - prosegue il bartender -. Si torna al classico Americano, Negroni, oppure a delle piccole varianti senza andare a creare drink super lavorati, con fat wash, distillazioni, bla bla. Si ritorna alle origini della miscelazione. Voglio che l'ospite possa godersi il suo Americano e Negroni e possa confrontarli con quelli che si bevono in giro. Basta esperienze gourmet, voglio che i clienti si godano il bar, la musica, l'atmosfera, le chiacchiere con il barista. Si ritorna al bar delle origini».

Questo è un leitmotiv che sto sentendo molto: non dimentichiamo cos'è il bar...

Esattamente, il problema è che se oggi faccio un drink da laboratorio, esperienziale, molto bello e lavorato, devo uscire a un prezzo più importante. E io non posso immaginare che un drink costi più di 1 kg di carne, quei 14, 15 euro che sono l'1% dello stipendio di una persona media in Italia.

Ci lamentiamo che i bar sono vuoti, che non ci sono più i volumi di una volta, ma qual è il motivo? Non ci sono i soldi, è molto semplice. Come si fa a tornare alle origini?

Anche senza spendere 70 euro per un vermut si riesce a fare un ottimo Americano, un ottimo Negroni. Ma bisogna conoscere di più la materia prima e non basarci solo sul prezzo di una bottiglia. Torniamo indietro, studiamo i prodotti, impariamo a usarli bene, con amore e facciamo tornare il bar al bar, cioè quando il drink era il mezzo per conoscere una persona, per scambiare due chiacchiere al banco e per rilassarsi, non per andare al bar pensando: "Oddio, adesso devo studiare quello che sto vedendo".

Il bar non deve diventare il ristorante stellato...

Esattamente, e anche i ristoranti stellati secondo me stanno avendo un sacco di problemi. Sono innamorato del fine dining, tutto però deve avere un senso. Io vado nel ristorante stellato una volta all'anno, magari faccio anche il tre stelle Michelin, metto i soldini da parte tutto l'anno e invece di andarmene a Cuba, vado da Crippa. Però è un'esperienza che decido di fare, non ci vado tutte le settimane. Al bar sotto casa, a bermi uno Spritz, un Americano però devo essere libero di andarci tutte le settimane. Non è che dobbiamo essere in difficoltà perché prendiamo l'aperitivo in due e ne usciamo con 150 euro in meno. Come la pizza gourmet: sono andato in una classica pizzeria di quartiere con la scritta gourmet e in tre abbiamo speso 90 euro. Eh, signori, è una pizza, tutto buonissimo, servizio perfetto, ma io sono stato a mangiare una pizza.

Anche perché il senso della pizza è che è una cosa buona, gustosa e popolare.

Esattamente, quindi questa cosa mi ha aiutato a rimettere i piedi a terra e dire: "Ma, oggi, perché il bar non sta più lavorando? Perché non ci sono più le tre file di persone davanti al bancone?". Io ho 46 anni, son passato dalle tre file di persone, ai baffi, cera e ferma maniche, gli speakeasy super cool. Ora che sono proprietario di un locale voglio un dive bar, la gente che sta in piedi, si diverte, sta bene. Oggi c'è solo questo studio enorme di drink, alla ricerca della lavorazione più estrema, del gusto e del prodotto più estremo. Ma è quello che vogliamo realmente? Allora, ci sta tutto, come esiste lo specialty da 40 euro a tazzina e il caffettaccio a un euro. Perfetto. Però è chiaro che non può essere tutto top, perché non possono essere tutti Crippa. Tutti abbiamo la maglietta Armani o Gucci, ma poi ci vestiamo da Primark.

Ritornare coi piedi per terra, secondo me, è quello che succederà un po' a tutti i bar. Se vogliono sopravvivere.

Abbiamo esagerato. Perché è tutto bello, tutti abbiamo cercato i prodotti migliori, più di nicchia, le aziende ci sono venute dietro, siamo partiti con 15 gin in bottigliera 30 anni fa, adesso se non hai 500 gin non sei nessuno.

Ma di quei 500 gin quanti sono differenti uno dall'altro? Quindi che cos'è che abbiamo di più e soprattutto cosa vuole il cliente?

Non mi posso solo affidare alla bottiglia, ma devo io dargli qualcosa in più come persona, come ospitalità. Non solo lo standard di servizio, ma il voler conoscere, voler accogliere al meglio la persona, entrare in empatia con lui. Il che significa una cosa un po' particolare che non è il "Ciao, come ti chiami? Cosa fai?" ma capire che ti piace avere la sedia che guarda la sala e non le spalle al muro. Che l'acqua la bevi naturale invece che gasata, capire quando hai voglia di parlare o quando hai avuto una brutta giornata e vuoi stare tranquillo col tuo Negroni. Andare a costruire un rapporto empatico di quel livello secondo me è quello che sta mancando sempre di più nei bar. Però allo stesso tempo la cosa deve essere economicamente sostenibile per il cliente.

Quindi i prezzi cambieranno?

Sono già cambiati, parto da uno standard di drink a 8 euro.

Proprio controcorrente, non è difficile da sostenere?

Abbiamo anche drink da 14-15 euro con champagne, però Americano, Negroni e Spritz, Gin tonic base a 8 euro, in modo che decidi tu se vuoi fare l'esperienza gourmet e allora ti faccio il super drink, oppure andare sul tuo aperitivo classico.

È sostenibile per il cliente, ma per il titolare?

Devi fare molta attenzione non solo al drink cost, ma a tutto quello che circola intorno al bar, quindi attenzione alla quantità di liquidi che metti e a quelli che utilizzi, fino poi a guardare anche quante cartucce, quanti limoni vengono sprecati, con un'attenzione a 360°. Compresa l’attenzione all'ottimizzazione degli orari di lavoro, in modo che i ragazzi non si trovino a fare orari fuori di testa e allo stesso tempo a concentrare i flussi di lavoro nel momento giusto, per ottimizzare risparmiando sugli straordinari, sulle ore. Invece di avere cinque persone che corrono come pazzi, ottimizzando ne hai tre e una part-time, risparmi una persona che non vuol dire lavorare sotto personale, ma imparare

a ottimizzare, capire quando servono, come servono e creare delle drink list o delle food list estremamente funzionali, quindi sostenibili. Perché se per fare un drink mi vanno 6 ore di laboratorio, 4 giorni di riposo, 3 settimane di invecchiamento con un ragazzo che lo gira ogni quarto d'ora, non è sostenibile, almeno per quello che è e per come vedo io il mondo del bar oggi.

Voi quanti siete qui?

Quattro compreso me al bar e due in cucina.

Cambierà anche la cucina?

La cucina è già stata impostata da un anno su questo concept di tapas molto facili, quasi one bite, però seguito da La Credenza, che ha una stella Michelin, cui abbiamo chiesto di sposare la nostra formula di aperitivo rendendo delle tapas fatte molto bene, molto concettuali, ma molto semplici, da un baccalà con una polentina nera grigliata, a un tacos di vitello tonnato, a un raviolo.