

vino: io lo vendo sfuso

Aaron Brussolo ha meno di 30 anni e un grande fiuto. Dopo aver intuito che la gente non ha soldi per mettere in tavola bottiglie da 6-10 euro, si è messo a vendere vino sfuso. E ha vinto la sua sfida

Cresce, a livello mondiale, il consumo del vino (3,7 litri a testa, secondo una ricerca inglese). Ma l'Europa arretra, in parte a causa dei prezzi, sempre più salati. E il vero imprenditore sa bene che un problema è solo un'opportunità travestita. Così c'è chi si è messo a vendere vino sfuso. Con successo. Per il mondo delle enoteche si tratta di una piccola rivoluzione copernicana che, partita dalla Toscana, è approdata col tempo in altre zone d'Italia. A Milano c'è Aaron Brussolo, un ragazzo di neanche 30 anni, che al vino si è avvicinato gradualmente. Fino a scoprire di non poter far altro che venderlo. Sfuso, naturalmente. Racconta lui: «Dopo il diploma di geometra, ho fatto mille lavori. Poi, a folgorarmi, l'esperienza di lavoro in un'azienda agricola biodinamica. Lì ho capito che volevo fare qualcosa legato alla natura e al territorio. Ho seguito un corso del Fondo sociale europeo in ambito agricolo. Nel frattempo, facendo la spola fra la Toscana e Milano, avevo preso l'abitudine di riempire la macchina di vino e olio buoni da ►►

Aaron Brussolo davanti al suo negozio a Milano.



a scuola di sommelier

Fabia Fago, insegnante pugliese e neo sommelier, spiega a *Millionaire* il percorso di studi per diventare esperto di vini.

PRIMO LIVELLO. Consta di 15 lezioni (ognuna di due ore circa e divisa equamente fra pratica e teoria): si tratta di un primo approccio al mondo del vino e alle tecniche di degustazione. Costa 400 euro.

SECONDO LIVELLO. Sempre 15 lezioni a 400 euro: ci si concentra sul panorama enologico nazionale e internazionale.

TERZO LIVELLO. Verte sugli abbinamenti fra cibo e vino e costa 500 euro. Solo a questo punto si può sostenere l'esame - teorico e pratico - che dà la qualifica professionale di sommelier.

COSA SI FA DOPO? «Ci si può proporre in enoteche, ristoranti e wine bar. Oppure è possibile mettersi in proprio con un locale. Infine, chi vuole porre il vino al centro di una seconda attività, può proporsi per animare feste private ed eventi con degustazioni di vino guidate» conclude Fabia Fago.

INFO: Associazione italiana sommelier, tel. 02 2846237, www.sommelier.it

4 euro al litro e un prezzo al cliente finale di 10. Ecco perché, per avere successo, bisogna puntare sui volumi. Perciò trovarsi in una zona di gran passaggio è fondamentale. Per riuscirci, con investimenti contenuti, serve ingegnarsi. «Nel mio caso, in quanto geometra, mi sono occupato personalmente della ristrutturazione del locale (45 mq calpestabili, bagni compresi)» prosegue lui. Un aspetto fondamentale riguarda le attrezzature necessarie (vedi riquadro a pag. 68). Per partire, però, serve di più. «**Considerando la ristrutturazione, l'arredamento, le pratiche burocratiche e la prima fornitura, direi che occorre un capitale di 50-70mila euro. La cifra sale a 100mila euro se si vuole annessa un'attività di somministrazione di vini e cibi.** In tal caso, occorre investire qualcosa in più sull'arredamento. Questa è una scelta che, avendo lo spazio necessario, io consiglio, perché permette di diversificare le fonti di guadagno» pro-

segue Brussolo. Ma per raggiungere questo obiettivo, serve anche intraprendenza, che ad Aaron non manca: «Rifornisco otto ristoranti e ho dei promoter grazie ai quali porto il mio vino a feste e inaugurazioni. D'estate sto aperto fino all'una di notte con i tavolini all'aperto. Ma anche in questo caso non speculo: cinque euro per una bottiglia di vino e 2,40-3,20 euro all'etto per salumi e formaggi».

Utile affiancare alla vendita di vino sfuso anche quella di vino in bottiglia. Francesco Pucciarelli ha aperto nel 2004 a Montignoso (paese in provincia di Massa) la sua enoteca Divino (tel. 0585 821373). «Oltre ai vini sfusi, offriamo ai clienti anche quelli imbottigliati. L'acquisto di grandi quantitativi ci permette di ottenere buoni prezzi e puntare sui volumi. Da noi un rosso toscano, ma anche un Nero d'Avola, si trova a meno di due euro» prosegue lui. «La clientela acquista il vino sfuso per metterlo a tavola tut- ►►

bassi ricarichi, alti volumi



5,50€
acquisto
12,00€
rivendita

Un litro di olio siciliano pregiato viene acquistato a 5,50 euro e rivenduto a 12 euro al litro.



0,80€
acquisto
1,70€
rivendita

Un vino da tavola di una cantina sociale di Forlì viene acquistato a circa 80 centesimi e rivenduto a 1,70 euro al litro.



4,00€
acquisto
10,00€
rivendita

Un passito ha un costo di 4 euro al litro e un prezzo al cliente finale di 10 euro.



attrezzature

esce il vino, entra l'azoto

«Il contatto con l'aria rovina il vino. Per questo enoteche e vinerie, per preservarne la qualità, devono dotarsi di serbatoi con impianto ad azoto» spiega Daniele Polsinelli, titolare dell'azienda di prodotti per l'enologia omonima (tel. 0776 869068, www.polsinelli.it). «Il meccanismo è semplice: man mano che dal serbatoio esce vino, entra azoto. Si tratta di un gas inerte che, a differenza, dell'aria, non ossida il vino» prosegue Polsinelli. Un'enoteca di medie dimensioni ha generalmente bisogno di quattro-cinque serbatoi (a seconda dell'assortimento che vuole offrire ai clienti). Ogni serbatoio ha un diametro di 70 cm e un'altezza di due metri e costa circa 1.000 euro. A ciò si devono aggiungere circa 2.500 euro per l'impianto ad azoto e 4-500 euro per la pompa che porta il vino. L'investimento si aggira quindi intorno a ottomila euro per le sole macchine. L'azoto invece non rappresenta un costo significativo: una bombola dura un mese circa e costa 25-30 euro.

» portare agli amici. Poi, quando i volumi hanno cominciato a essere interessanti, ho capito che potevo farne un business». Ma concretizzare l'idea è tutt'altro che facile. «Mi sono mosso a gennaio 2005, ma sono riuscito a partire solo a ottobre. Ho deciso di aprire a Milano, invece che in Toscana, perché potevo contare sul supporto di parenti e amici. Non solo, c'era meno concorrenza! **L'aspetto più difficile è stato trovare il locale adatto. Per avere successo con un'attività del genere, è fondamentale aprire in una zona di passaggio**, che abbia lo spazio per il carico e lo scarico. Non solo, serve che l'enoteca poggi su un terrapieno che possa sostenere il peso dei serbatoi di vino» continua Aaron. Alla fine, come spesso capita, la soluzione era dietro l'angolo: nella zona dei Navigli in cui Aaron già abitava, in via Casale (tel. 02 83242440, www.la-vineria.it). «All'epoca, pur trovandosi a due passi da un quartiere molto battuto, la via era in uno stato pietoso. Affittando il locale, ho fatto una scommessa. Gli abitanti della zona mi hanno guardato con sospetto: temevano fosse l'ennesimo wine bar modaiolo. Poi invece hanno capito che era la versione modernizzata di una formula antica. Una sorta di ritorno al passato e, per una volta, a prezzi più convenienti». Il fattore critico di successo di una vineria è il prezzo dei vini sfusi, che deve essere molto conveniente. I ricarichi sono piuttosto bassi (intorno al 100-150%) se paragonati alla media del commercio. Qualche esempio: un olio siciliano pregiato viene acquistato a 5,50 euro e rivenduto a 12 euro al litro; un vino da tavola di una cantina sociale di Forlì viene acquistato a circa 80 centesimi e rivenduto a 1,70; un passito ha un costo di

Alla Vineria
Vini Popolari
e
Spirito Alegro!



Sfuso, l'ora del revival



ben terrato wine SFUSO



ANDITA DI VINI
SFUSI E OLII

- SOAVE DEL GARDA
- BIANCO TOSCANO
- ROSSO TAVOLA VENETO
- ROSSO TOSCANO
- ROSSO TOSCANO SUPERIORE
- TOSCANO RISERVA - barrique
- CROATINA SUPERIORE D'ITALIA
- SHIRAZ SUPERIORE SICILIA



OLIO DI
EXTRA-V
PUGL
SICILIA
BASILICATA





All'enoteca Divino di Montignoso (Ms) si vende vino sfuso e vino imbottigliato.

►► ti i giorni, scegliendo le grandi etichette per le occasioni speciali». La chiave di volta del successo sta nel trovare i clienti giusti. «Non è facile – prosegue Pucciarelli – all'inizio c'era molto scetticismo. Poi, pian piano, ci si fa conoscere in zona. Tutto sta a trovare i fornitori migliori con cui spuntare prezzi di favore – prosegue Pucciarelli –, la ricerca non si ferma mai ed è agevolata da una buona conoscenza del prodotto. Perciò ho deciso di seguire il corso per sommelier, strada che consiglio a chiunque voglia avventurarsi in questo settore. Altro suggerimento: **meglio maturare prima un'esperienza sul campo, come dipendente/collaboratore di un'altra enoteca**».

Ma quanto si può guadagnare? «I costi di gestione sono bassi e l'attività è tutto sommato semplice da mandare avanti. Il guadagno dipende dai volumi. Per sopravvivere, non bisogna scendere sotto 30mila litri all'anno. Al di sopra di questa soglia, ci si garantisce uno stipendio ab-

bondante. Quando si arriva a vendere 60mila litri, poi, si arriva a un guadagno di 30-35mila euro all'anno. Più la soddisfazione di fare un lavoro che piace» suggerisce Aaron. Ma non pensate che una buona idea basti da sola ad avere successo: «Lo scorso anno quando *Millionaire* ha scritto poche righe sulla mia storia ho ricevuto numerose telefonate da aspiranti imprenditori. Uno di questi gli ha proposto: «Tu mi avvii l'attività. Io ci metto il locale, in una zona centrale di Brescia. Visto che non ho voglia di lavorarci, ci mettiamo dentro un commesso e passiamo a dare un'occhiata ogni tanto...». Ricordandolo, lui scuote la testa: «L'idea di vendere olio e vino sfuso è buona, ma bisogna starci dietro, seguirla con passione e competenza. E anche creare un ambiente gradevole, far sì che la gente ritorni». Insieme a un socio che si occupa di franchising nel settore della ristorazione, Aaron sta pensando di replicare anche altrove la formula della sua Vineria.



per saperne di più

DA LEGGERE

Amore divino, con due dvd, di Luigi Bertini, De Agostini, 24,90

Bibenda 2008, l'agenda del vino, Bibenda, 30 euro;

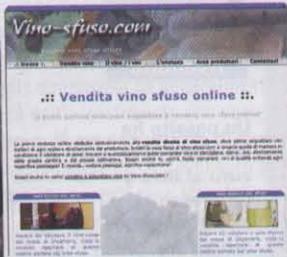
L'enciclopedia del vino, Boroli, 34,90 euro

Il marketing del business e del turismo in cantina, di Donatella Colori, Cinelli, Agra, 20 euro

ON LINE

- > www.vinoiret.it
- > www.wineropa.com
- > www.lavinium.it
- > <http://vino.blog.it>
- > www.acquablu.com

vino on line



Flavio Rabitti, 25 anni, laureando in Agraria ha realizzato on line un punto di incontro fra produttori di vino e consumatori finali. È nato così il sito www.vino-sfuso.com. «La molla che ha fatto scattare tutto è stata l'impennata dei prezzi. Quanto a vendere vino sfuso su Internet, è stata una sfida...» confida lui a *Millionaire*. A più di un anno di distanza, si può dire che la sfida è stata vinta: sul sito sono presenti 150 produttori, molto soddisfatti del servizio. «Per ora lo faccio per hobby, non guadagnando nulla nell'intermediazione. Ma il sito sta acquisendo popolarità e non è detto che in futuro non si possano vendere spazi pubblicitari» spiega Flavio. Ma vendere vino sfuso off line può essere una buona idea? «Ottima: c'è molto interesse. Il mio consiglio è quello di non limitarsi ai produttori più famosi, ma andare alla scoperta di aziende nuove e prodotti di nicchia. La tendenza è quella di concentrarsi sui produttori locali, andandoli a visitare di persona» conclude l'ideatore del sito.