vinetur

Un restaurante alemán emprende acciones legales por una factura de vino impagada de 13.000 euros: un caso práctico de comunicación y hostelería de gama alta

Una noche de opulenta celebración se tuerce cuando un cliente se enfrenta a acciones legales por negarse a pagar una botella de Louis Roederer Cristal.

martes 20 de junio de 2023



Mon Amie Maxi, una renombrada brasserie francesa situada en Fráncfort (Alemania), ha iniciado un procedimiento judicial contra un cliente por negarse supuestamente a pagar una factura de 13.000 euros por una botella de champán Louis Roederer Cristal. Este incidente plantea cuestiones pertinentes sobre la claridad y eficacia de la comunicación entre el personal del restaurante y los clientes, especialmente en el contexto de transacciones de gran valor.

El incidente en cuestión ocurrió en mayo del año anterior. La persona implicada, cuya identidad no se ha revelado, es residente en Neuss, cerca de Düsseldorf (Alemania). Estaba celebrando una velada cuando pidió al sumiller de Mon Amie Maxi que le sirviera una "botella especial".

Los testimonios del personal del establecimiento sugieren que el cliente mostró un entusiasmo considerable cuando le entregaron una botella de seis litros de la codiciada cuvée Louis Roederer. El restaurante no ha revelado el año de cosecha del champán.

Posteriormente, el cliente, con una exuberancia sin límites, empleó la técnica del sabrage -un método tradicional de abrir una botella de champán utilizando la hoja de un sable o cuchillo de grandes dimensiones- para descorchar la imponente botella de Matusalén. A continuación, compartió y saboreó el contenido con sus compañeros.

Sin embargo, la efervescencia de la reunión se vio bruscamente interrumpida cuando se presentó la cuenta. Al parecer, el cliente se quedó atónito, con la impresión de que el precio de la botella era de 1.300 euros, sin darse cuenta de que en realidad era diez veces mayor.

El medio alemán Bild informó de que Mon Amie Maxi ha interpuesto una demanda contra el individuo para recuperar el pago pendiente.

El caso se presentó ante el Tribunal de Distrito de Düsseldorf el 15 de mayo. El juez que preside el caso tiene ahora la tarea de discernir si hubo un error de comunicación en cuanto al precio de la botella, o si el cliente simplemente se equivocó o se confundió con la información facilitada por el personal.

Es fundamental tener en cuenta que los precios de las botellas de champán pueden fluctuar sustancialmente en función de la añada y del minorista. Por ejemplo, una botella de Cristal Matusalén, como la cosecha de 2004 que vende Selfridges, suele superar los 10.000 euros. Además, los restaurantes suelen incorporar márgenes para tener en cuenta el almacenamiento, el servicio y otros gastos asociados a la oferta de vinos a los clientes.

Mon Amie Maxi se ha negado a revelar la añada del champán servido al individuo, lo que podría ser un factor decisivo en el caso.

Este incidente subraya la importancia de una comunicación inequívoca y transparente en el sector de la hostelería, especialmente cuando se trata de artículos de gran valor. También pone de relieve las responsabilidades y expectativas tanto de los consumidores como de los proveedores de servicios.

En un sector en el que la reputación y la satisfacción del cliente son primordiales, unos protocolos de comunicación claros pueden evitar estos malentendidos y fomentar una relación más armoniosa entre los establecimientos y su clientela.

A medida que se desarrolle el caso, será seguido de cerca por el sector de la hostelería y los expertos jurídicos, y sus resultados podrían influir en las prácticas y políticas relativas a la comunicación y el servicio al cliente en los establecimientos de gama alta.

El veredicto final, aún por anunciar, puede servir de precedente o de lección para restaurantes y clientes en la compleja dinámica de la hostelería de lujo.