

VENDING

Il bimestrale della distribuzione automatica NEWS

Giugno 2016, pp. 10-12



Tutti in crescita i numeri dell'edizione 2016 di Venditalia che, rispetto alle precedenti, ha mostrato una più decisa vocazione all'internazionalità, obiettivo a cui l'organizzazione ha puntato sin da subito. Su un totale di **22.000 visitatori (+10%)**, il 26% era infatti costituito da operatori stranieri, giunti a Milano per conoscere ed apprezzare tutte le novità messe in vetrina dal vending "made in Italy". Ad esporre **270 aziende (+20%)** su una superficie totale di **13.700 mq. (+18%)**, costituita dai padiglioni 3 e 4 di Fieramilanocity che si conferma, dunque, punto d'incontro del vending "worldwide", come ha sottolineato il presidente di Venditalia Servizi srl, **Ernesto Piloni**, nel commentare orgogliosamente i risultati raggiunti.

La manifestazione non è stata solo esposizione, ma anche occasione di **conferenze** e **workshop** di approfondimento su temi caldi per il settore, nonché presentazione di nuovi prodotti da parte di alcune aziende. Particolare interesse hanno suscitato i convegni organizzati per fare un focus sullo stato dei lavori per ciò che concerne la questione della **certificazione dei corrispettivi**. Argomento ripreso anche dal Presidente di **CONFIDA**, **Piero Angelo Lazzari**, nel corso del suo intervento alla Conferenza di presentazione della manifestazione e nel discorso di apertura dell'**Assemblea Generale**, che quest'anno si è tenuta proprio nei giorni e negli spazi dell'esposizione. In entrambe le occasioni, il Presidente Lazzari ha messo in

Tutti i numeri di Venditalia 2016

rilevare alcuni punti di particolare interesse, a partire dalle sue impressioni rispetto all'edizione 2016 di Venditalia.

"Quello che più immediatamente colpisce, girando tra i corridoi e gli stand, è che in questa nostra kermesse vedi tanti operatori del Settore che hanno una gran voglia di dare visibilità e di condividere ciò che di meglio il Vending italiano, ma non solo, sa mettere in vetrina. E tutto questo ha dello strabiliante perché se poi si guarda fuori da questi padiglioni ti assale un certo sconforto del contesto economico, normativo e mediatico che ci circonda che rende faticoso ... ma veramente faticoso in questo Paese essere un'impresa vending".

E cosa rende faticoso essere un'impresa del vending in questo Paese? In breve: un accanimento contro il settore, divenuto ormai costante negli ultimi anni, esercitato da chi, "ignorante" rispetto alle dinamiche che lo guidano, rema contro senza preoccuparsi dei danni economici e psicologici che questo tipo di atteggiamento comporta. Nel dettaglio, il Presidente Lazzari fa riferimento a fatti specifici.

"Sotto il profilo normativo ... ancora subivamo gli effetti del provvedimento che aveva cancellato l'aliquota agevolata del 4% portandola al 10% per finanziare l'"eco bonus" che - a breve distanza - è seguita la norma che introduce la memorizzazione e la trasmissione telematica dei dati dei corrispettivi.

Diverse poi sono le proposte di legge a livello nazionale o regionale che intendono introdurre restrizioni sui prodotti più tradizionali erogati dai distributori automatici. Accanto alle iniziative del Ministero della Salute, più recentemente ci si è messa anche la Conferenza delle Regioni ... e i Consiglieri regionali del Movimento 5 Stelle che si fanno paladini nel presentare mozioni per impegnare i Presidenti e le Giunte regionali a bandire tutti i prodotti con olio di palma dalle strutture pubbliche (v. Regione Campania e Liguria).



10 VENDING

... E tutto questo si aggiunge a tutte quelle serie di iniziative già avviate, per così dire, "spontaneamente" all'interno di ospedali, scuole, ecc.

A tutto questo si accompagna quel fenomeno virale, tanto di moda oggi, che è l'ansia da salutismo ...

Poi per non farci mancare niente ... anche la procedura da parte dell'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) portata avanti sulla base di presupposti che non ci appartengono e le cui conclusioni preliminari da parte degli Uffici discendono da una sostanziale mancata conoscenza e comprensione delle dinamiche competitive del nostro mercato nonché da un travisamento dei fatti oggetto del procedimento. Siamo in presenza di un teorema frutto di una lettura parziale dei documenti acquisiti e di una ricostruzione strumentale di situazioni".



Rispetto a questi delicati temi, il Presidente Lazzari tiene a precisare che l'Associazione non è stata ferma a guardare ma ha posto in essere tutta una serie di iniziative a difesa del comparto.

"In tutto questo tempo l'Associazione ha portato avanti tutto un lavoro di preventiva preparazione ... e questa

volta non ci siamo trovati impreparati! ... lo si è visto in sede di stesura definitiva della nuova norma e anche al "tavolo tecnico" con l'Agenzia delle entrate dove abbiamo portato il confronto sulla base delle tecnologie già in uso nel Settore. D'accordo, si tratta di implementarle e definire delle procedure ma, diversamente dagli allarmismi che qualcuno ha voluto alimentare, si tratta di un approccio graduale e non stravolgente anche sul piano degli investimenti".

Per ciò che concerne le smanie salutistiche dice "La nostra possibilità di intercettare i provvedimenti "in cantiere", grazie alla fattiva e preziosa collaborazione degli Uffici di Confcommercio, ed il nostro "darsi da fare" presso le Istituzioni - fino ad ora - ci hanno consentito - come si dice - di "metterci una pezza".

E per quanto riguarda la procedura dell'AGCM aggiunge "L'Associazione, allo scopo di riportare ad oggettività i fatti, ha fatto ogni sforzo possibile, anche sotto il profilo finanziario, per assicurarsi l'autorevole consulenza legale del prof. Catricalà, già Presidente dell'AGCM. Siamo in presenza di un grande sforzo con l'obiettivo di tutelare la dignità del nostro Settore e dell'Associazione, ma, soprattutto, per difendere il "fare impresa" vending in questo Paese. Perché noi vogliamo che le risorse finanziarie delle imprese vengano immesse nel circolo virtuoso e non sottratte, sotto forma di sanzioni, per concorrere alla copertura di quella voragine che è la spesa pubblica! ...

E, allo scopo di far comprendere il nostro Settore è stato dato incarico al Prof. Carlo Scarpa di produrre uno studio sugli aspetti economici caratterizzanti il "Settore del Vending"; con Accenture abbiamo poi provveduto per l'elaborazione più completa dello Studio congiunturale di Settore, non limitandolo strettamente al vending tradizionale per ricomprendere anche il mercato del "caffè porzionato".

Reportage Venditalia 2016

Vending News® - Riproduzione riservata

Tutti i numeri del Vending Lo studio di Accenture

Lo studio di Settore riferito al 2015, condotto da Accenture e commissionato da CONFIDA, è stato presentato in occasione della Conferenza di apertura di Venditalia, evidenziando dati interessanti.

L'ambito della ricerca ha riguardato sia il mercato automatico (free standing) che quello del porzionato prendendo in considerazione sia il B2B (O.C.S.) che il B2C (segmento domestico).

Va premesso che le gestioni si trovano a competere in un mercato sempre più ampio in cui, per il servizio O.C.S., gli uffici tendono a rifornirsi da canali alternativi come GDO, negozi specializzati, e-commerce, etc.

Anche nel mercato automatico le gestioni iniziano a competere con nuove realtà come mense, società di catering e di facility management.



VENDING 11

Reportage Venditalia 2016

La seguente tabella riporta i risultati sul totale del mercato automatico e porzionato

	Unità (M)	Fatturato* (€)
AUTOMATICO		
Mercato AUTOMATICO	4.935.190.492	1.822.405.681 €
PORZIONATO		
Capsule B2B	1.891.670.229	609.322.682 €
Capsule B2C	2.545.924.994	771.647.290 €
Cofide E.S.E	1.161.245.362	189.875.253 €
TOTALE PORZIONATO	5.598.840.585	1.570.845.225 €
TOTALE MERCATO	10.534.031.077	3.393.250.905 €

*Il fatturato delle Top 10 Gestioni è stato stimato sulla base del mercato Vending e della sua variazione ed è pari al 21% del valore complessivo del mercato B2B (automatico + porzionato)

Per quanto riguarda le consumazioni del solo mercato automatico rispetto al 2014, i risultati sono evidenziati dalle seguenti tabelle ripartite per tipologia di prodotto.

