

Sped. in abb. post. - 45% - Art. 2 - C. 208 - L. 662/96 - Filiale di Torino - Mensile - n° 9

359 vendiling magazine

DAL 1977 LA RIVISTA ITALIANA DELLA DISTRIBUZIONE AUTOMATICA



Caffè Scrivano, tre generazioni di espresso italiano.



www.caffescrivano.com

Miele di castagno, ok?



fino a
10
selezioni
per vassoio



**TU SEI UNICO,
COME I TUOI GUSTI.**

La gamma Orchestra è provvista di **VisioShop**, il vassoio trasparente che ti permette di aumentare la varietà e il numero dei prodotti offerti. Per soddisfare tutti, ma proprio tutti gli utenti.



Follow Us!



necta.evocagroup.com

Un vero tè in foglie,
con o senza zucchero?



POLLIEDROSTUDIO®

 **NECTA**

Follow Us!



necta.evocagroup.com

**TU SEI UNICO,
COME I TUOI GUSTI.**

Maestro Touch ti offre la qualità di un tè infuso a regola d'arte e infinite possibilità di personalizzazione. La soluzione per trovare sempre ciò che desideri, dove e quando vuoi.



ARISTEA
L'ECCELLENZA

www.fxcommunication.eu



ARISTEA
vending

www.aristeaspa.it

Numero 359 - Anno XLIII - Novembre 2019

Editore: VENDING PRESS S.r.l.

Sede:
Via Vittime di Piazza Fontana, 28
10024 Moncalieri (TO) (Italy)

Publicità e Abbonamento:
Tel. 011 6602900 - Fax 011 6600638

Sito internet: www.vendingpress.it

e-mail: magazine@vendingpress.it

Direttore Responsabile:
Luca Fassio

Redazione:
Enrico Capello

Grafica e impaginazione:
Luisella Torta

Collaboratori:
Franco Bompani, Mario Majo, Orsola Mallozzi,
Gabriele Picello, Bruno Scacchi, Eugenio Tristano

Stampa: Stamperia Artistica Nazionale S.p.a.

- Registro Nazionale della stampa
n° 5361 del 24/9/96
- C.C.I.A. Torino 518064
- Cod. Fiscale/Partita IVA 01704690013
- Reg. Giornali e periodici Trib.Torino
n° 2652 del 8/12/1976
- Banca: Intesa San Paolo S.p.a.
filiale di Trofarello
- Pubblicità inferiore al 45%

ABBONAMENTO 2019

Italia: € 75

SUBSCRIPTION

Europe: € 95
Overseas: € 121

È vietata la riproduzione anche parziale
di testi e/o immagini, senza il consenso scritto
di Vending Press S.r.l.

Corrispondenti esteri (associati WWVPA)

- Copyright condiviso con Vending Press S.r.l.
- Regno Unito - Rephot Publishing, *Automatic Vending*
 - Germania - Es-Verlvending Report, *Vending Report*
 - Spagna - Hipala Communication, *Hostel Vending*
 - U.S.A. - Cignus Business Media, *Automatic Merchandiser*



4 Editoriale

6 Vending Magazine porta la Distribuzione Automatica in "Bocconi"

Franco Bompani di Eidos Consulting ha presentato al Salone della CSR di Milano la pubblicazione "Report di Sostenibilità del Vending 2019" edita dalla nostra casa editrice. Presenti anche CDA e Coven/Gruppo Illiria

14 Il Plastic Free non spaventa Aristeia

L'azienda di Battipaglia esprime tutte le sue perplessità sulla norma europea ma è già partita con piani industriali alternativi che riguarderanno anche il Vending

16 In ebollizione il mercato del caffè in Italia

Nel 2018 ancora un exploit per le capsule compatibili. Ma il prezzo non basta più. I riposizionamenti dei grandi player stanno spostando la competizione a un livello più elevato

20 Il MIUR regola gli appalti Vending nelle scuole

Il gestore dovrà fornire una serie di adempimenti di difficile attuazione che comporterà, oltre a un aumento dei costi, il moltiplicarsi di errori e di profili di illegittimità che andranno ad appesantire l'attività di selezione del concessionario del servizio

24 Elkey spegne 30 candeline

Il primo sistema di pagamento PC-Based, un innovativo borsellino elettronico per i micro-pagamenti e tutti i contenuti della trasformazione dell'azienda in QSAVE ELKEY Srl

30 La scuola con distributori ecosostenibili

B.P.F., Bonfa Plastic Free, è il "marchio" di eco-compatibilità e attenzione per l'ambiente che l'ISS "Bonfantini" di Novara ha messo in campo per la pausa caffè. Il progetto ha il marchio di sostenibilità certificata PIUINFORMA®

32 Velda, giovane e forte: vola il fatturato

La rivendita campana della famiglia Esposito è il classico caso ben riuscito di azienda territoriale capace cioè di capire e soddisfare le richieste di un mercato ancora molto frammentato. Prodotti e servizi per tutte le tasche. I ricavi a +60% nell'ultimo anno

44 Il nuovo brand di Gedac

La gestione toscana rinnova il proprio marchio fedele alla sua visionaria filosofia aziendale fatta di innovazione, qualità e attenzione ai cambiamenti del Vending



48 Sicurezza sul lavoro: il modello Spinel

Viaggio nel Gruppo salentino per capire l'importanza di una seria politica aziendale volta a migliorare l'organizzazione del lavoro e quindi la produttività

55 Governare in modo responsabile la propria azienda

L'originalità e l'utilità della ISO 26000

RUBRICHE

27 Panorama associativo

36 Novità aziendali

45 Annunci economici

52 Mostre&Fiere

52 Calendario eventi

54 Normativa

58 Imprese di gestione in Italia

60 Vending in Borsa

62 Mercati

Sostenibilità: un tema non più trascurabile nel Vending

Essere sostenibili e socialmente responsabili nell'ambito aziendale. Ma è davvero necessario? Non basta pensare a ottimizzare il proprio conto economico indipendentemente da quanto accade intorno? La tutela degli interessi degli stakeholder è un argomento da considerare nella policy aziendale? Mai come negli ultimi tempi si è parlato di queste tematiche, quasi fossero una moda passeggera. Occuparsi di questo argomento in modo concreto, invece, non è più da considerarsi soltanto una scelta raccomandabile ma una vera e propria necessità per salvaguardare la propria competitività aziendale. Limitarsi a soddisfare semplicemente gli obblighi giuridici della legge riteniamo non essere più sufficiente per proporsi al mercato in modo convincente.

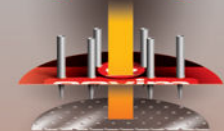
Contribuire al benessere del personale interno ma anche, più in generale, della società e dell'ambiente in cui l'azienda opera, aiuta a consolidare il proprio nome e la propria attività nel mercato di riferimento. Gli imprenditori poco lungimiranti possono essere scettici su queste riflessioni, non vedendo nel breve termine un ritorno economico degli investimenti necessari per diventare "Sostenibili".

Indipendentemente dai valori morali alla base della policy aziendale (che in ogni caso non può che sposare i principi a favore dell'ambiente e dei rapporti con gli stakeholder), ci sono già oggi dei segnali concreti nel nostro settore dove Sostenibilità si traduce in vantaggio competitivo a volte in modo determinante. Basti pensare, ad esempio, al maggior punteggio assegnato negli appalti a quelle società che propongono nella loro offerta prodotti ecosostenibili, riciclabili ed equosolidali, si occupano della raccolta differenziata, utilizzano energie rinnovabili nel proprio capannone e mezzi di trasporto meno inquinanti. Una considerazione analoga era stata fatta già qualche anno fa quando si parlava di Certificazione di qualità. Già ai tempi l'argomento suscitava non poche perplessità; oggi, in certi contesti, è diventato elemento discriminante per poter non solo aggiudicarsi ma anche solo partecipare a un appalto pubblico. Trascurare il tema rischia di diventare un problema per le aziende in un'ottica di crescita futura. Consigliamo pertanto a tutte le società della filiera del Vending di prestare attenzione alla Sostenibilità, se non per una questione etica (motivo già più che sufficiente), quantomeno per una questione economica.

l.fassio@vendingpress.it

Covim Opera:

anche nel mondo dell'automatico, un espresso perfetto già dal primo istante.



Saeco Cristallo 400 Covim



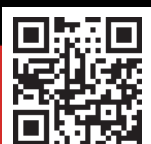
Necta Brio3 Covim



Covim CO100R



Espresso Life



Scopri il Mondo Covim

www.covimcaffe.it



I migliori caffè del mondo, con il cuore italiano

Vending Magazine porta la **Distribuzione Automatica** in “Bocconi”

Franco Bompani di Eidos Consulting ha presentato al Salone della CSR di Milano la pubblicazione “Report di Sostenibilità del Vending 2019” edita dalla nostra casa editrice. Presenti anche CDA e Coven/Gruppo Illiria

Vending Magazine è stata tra i protagonisti della settima edizione del “Salone della CSR e dell’Innovazione Sociale” svoltosi l’1 e 2 ottobre in **Università “Bocconi” a Milano** e promosso dall’ateneo con CSR Manager Network, Fondazione Global Compact Network Italia, ASviS, Fondazione Sodalitas, **Unioncamere e Koinètica**. Il salone è considerato **l’evento più importante in Italia legato alla Sostenibilità** poiché riunisce operatori, esperti e studiosi che si confrontano su esperienze e progetti per coniugare il rispetto dell’ambiente e del sociale con il profitto che, in aziende dalla visione ampia, viene trasformato in valore da condividere, con effetti positivi sulla reputazione delle stesse. Il Salone permette, perciò, di conoscere le imprese che hanno fatto della Sostenibilità un **driver strategico**.

L’edizione 2019 ha registrato una grande affluenza e partecipazione: **oltre 6.000 presenze, 100 eventi, 451 relatori e 216 organizzazioni**.

Vending Magazine è stata relatrice nell’ambito del convegno **“Economia circolare, dal riutilizzo alla lotta allo spreco”**. È intervenuto, infatti, il nostro collaboratore, il **dottor Franco Bompani, presidente di Eidos Consulting Srl**, che ha parlato di Distribuzione Automatica presentando la pubblicazione **“Report di Sostenibilità del Vending 2019”** da lui stesso curata per Vending Press Srl. Il convegno, coordinato dalla giornalista di ADN Kronos e Prometeo, Loredana Errico, ha registrato anche gli interventi di Alessandro Agrelli, Responsabile sistema di gestione e compliance Deco; Riccardo Calvi, Responsabile Comunicazione P&G Italia;



Fabrizio Cattelan, Amministratore Delegato CDA; Tiziana Massara, Consigliere AISEC (Associazione Italiana per lo Sviluppo dell’Economia Circolare); Monica Paoluzzi, Marketing Director Just Eat Italia; **Luciano Pirovano, Sustainable Development Director Bolton Food;** Fulgenzio Razio, Responsabile HR Fonderie di Torbole; Stefano Stellini, Responsabile Relazioni Esterne CiAl (Consorzio Nazionale Imballaggi Alluminio).

I relatori hanno affrontato varie tematiche: la necessità di ripensare il modello di sviluppo, l’attenzione per il riutilizzo e per il consumo responsabile, la riduzione degli sprechi e la diminuzione dei rifiuti durante tutto il ciclo produttivo.



L'intervento di Franco Bompani

Forno Damiani®

novità

Forno Damiani firma le nuove
Bruschettine Linea Premium



ezio bocci immagine e comunicazione

EUROSNAK srl - infoline 06 98 98 8028
email: info@fornodamiani.it - www.fornodamiani.it

Forno Damiani®



La testimonianza di Fabrizio Cattelan

ECONOMIA CIRCOLARE: L'ESPERIENZA DEL VENDING

Vending Magazine ed **Eidos Consulting** hanno partecipato all'incontro su "Economia circolare, dal riutilizzo alla lotta allo spreco". In questo ambito abbiamo presentato il primo Report di Sostenibilità del Settore del Vending.

Nel mio intervento ho evidenziato inizialmente alcuni aspetti di carattere generale. Nell'Unione Europea ogni anno si usano quasi 15 tonnellate di materiali a persona (fonte Eurostat) e ogni cittadino UE genera una media di oltre 4,5 tonnellate di rifiuti l'anno, di cui quasi la metà è smaltita nelle discariche. È del tutto evidente che l'economia tradizionale, **la cosiddetta "economia lineare"**, che è quella che si affida esclusivamente allo sfruttamento delle risorse – che parte dalle materie prime, passa attraverso le fasi di produzione, distribuzione e consumo e finisce con il generare rifiuti – non è più un'opzione praticabile.

L'economia circolare, invece, che ha un ciclo non lineare ma ripetuto, a forma di cerchio, è quella del futuro: c'è una fase di progettazione in cui si deve tenere conto, fin dall'inizio, del riciclaggio; poi c'è la produzione che può essere anche declinata come ricostruzione del prodotto; quindi il consumo che deve rendere possibile il riutilizzo e la riparazione. Infine, va sviluppato **il momento della raccolta dei rifiuti** che deve rendere possibile il riciclaggio, mandando a rifiuto solamente una parte minima dei componenti.

Parlando del "Report di Sostenibilità del Vending 2019", siamo partiti dall'illustrazione di alcuni dati di settore tratti dalla ricerca Accenture/Confida: un **fatturato globale nel 2018 di circa 2.562.000.000 €**, 3.000 aziende, 33.000 dipendenti, 1 distributore automatico ogni 73 abitanti, 83 acquisti annuali alle vending machines per ogni italiano (che salgono a 97 nella fascia di



età 14-90 anni), circa **823mila distributori automatici installati**.

Abbiamo parlato di **Confida** – Associazione Italiana Distribuzione Automatica – che rappresenta l'intera filiera del Vending, e di **Venditalia**, la principale fiera di settore a livello mondiale.

Il "Report di Sostenibilità del Vending 2019" è in pratica il **primo Bilancio di Sostenibilità del nostro settore**, in cui sono riportate le **"Best Practices"** sulla Sostenibilità e Responsabilità sociale e a cui hanno aderito 27 aziende in rappresentanza di un comparto che sviluppa un **valore aggiunto pari a 687.411.168 €**, di cui il 77,83% va in remunerazione del personale. Quindi un settore a forte tasso di occupazione, sostenibile e socialmente responsabile.

Il Report è stato realizzato da **Eidos Consulting Srl**, una società di servizi e consulenza alle imprese che da 20 anni si occupa di Vending, e dalla rivista "Vending Magazine" (edita dalla Vending Press Srl) che dal 1977 è la realtà editoriale di riferimento del settore.



covim
SUPERBA

Covim Superba, il Sistema più esclusivo per l'Office Coffee Service,
si arricchisce di una nuova gamma macchine.
Con un design moderno e ricercato, la CS100R è garantita
dall'altissima qualità del Made in Italy.



Completano la gamma una serie di modelli progettati
per l'utilizzo delle capsule "Covim Superba" che assicurano
un espresso gustoso ed eccellente in ogni ambiente.



CS200



CS80



CS80



CS80



Espresso Life



www.covimcaffè.it





Ci siamo soffermati su alcuni aspetti particolari, ad esempio l'ampia diffusione tra le aziende dei **modelli certificativi**: Certificazione di servizio TQS Vending, con 185 tra aziende e filiali certificate; Certificazione di Qualità ISO 9001:2015, con 174 aziende certificate; Certificazione ambientale ISO 14001:2015, con 29 aziende certificate; Certificazione sulla Salute e Sicurezza sul lavoro OHSAS 18001:2017, con 11 aziende certificate; Certificazione di Responsabilità Sociale SA 8000:2014; Certificazione di Sicurezza Alimentare ISO 22000:2018, con 34 aziende certificate; Certificazione HACCP 10854:1999; Certificazione energetica ISO 50001:2011.

Infine, abbiamo illustrato alcuni dei progetti di economia circolare sviluppati dalle realtà del nostro settore. In particolare ci siamo soffermati **sul progetto RiVending**, promosso da Confida insieme a Corepla e Unionplast (vedere box a pag. 12 ndr). È un progetto che può definirsi **“zerorifiuti”** perché la plastica di bicchierini e palette gettati dopo l'utilizzo nell'apposito contenitore del **RiVending** viene riciclata e reimmessa nel ciclo produttivo di nuovi prodotti.

Al centro del progetto c'è lo **speciale contenitore**, posizionato a fianco del distributore automatico, con un sacchetto di colore diverso da quelli del resto della raccolta differenziata dove gettare bicchieri e palette in plastica dopo l'uso. Il coperchio del contenitore presenta fori grandi quanto il diametro dei bicchieri, oltre a un **foro per le palette**.

Viene recuperata una plastica di alta qualità a monte del processo, evitando i costosi e dispersivi passaggi di separazione dalle altre plastiche e di lavaggi industriali spinti.

L'obiettivo finale a cui tende il progetto è quello di trasformare il bicchiere usato in un nuovo bicchiere creando così nel settore un'efficiente economia circolare.



Abbiamo, poi, presentato alcuni esempi di progetti relativi al recupero dei fondi di caffè.

- ✓ **Gruppo IVS**: raccolta e recupero dei fondi di caffè per la loro trasformazione prima in biogas e poi in energia pulita. L'ammontare dell'energia prodotta equivale al consumo medio annuo di 19 famiglie (considerando un nucleo di 4 persone).
- ✓ **CDA**: è stata avviata una collaborazione con l'Associazione Animaimpresa e con il Dipartimento di Scienze Agrarie e Ambientali dell'Università di Udine (tramite lo spin-off Bluecomb). Il progetto, premiato con il “Good Energy Award”, prevede il recupero dei fondi di caffè che sono trasformati in pellet come fonte di energia delle stufe pirolitiche che producono calore da biomasse. I residui della combustione possono poi essere impiegati come ammendante per il terreno.
- ✓ **Ferri Distributori Automatici**: ha attivato un progetto per il riutilizzo dei fondi di caffè come concime, per una parte stimata intorno al 10% della quantità totale annua.
- ✓ **Gruppo Illiria**: mensilmente l'azienda raccoglie circa 70 tonnellate di fondi di caffè che vengono inviati come scarto vegetale all'interno di un fermentatore in un impianto a biogas. Il progetto di raccolta, che coinvolge attualmente quasi tutte le sedi del Gruppo, è partito dal 2014 a seguito di uno studio volto a ottimizzare l'utilizzo del rifiuto umido dei distributori automatici, programmandone il ritiro nei vari depositi. Il risultato della raccolta e della successiva fermentazione permette di ottenere: biogas, convertito in energia elettrica grazie a un cogeneratore e ceduto alla rete nazionale; calore, utilizzato per il processo di fermentazione stesso e per il riscaldamento; digestato, ovvero fertilizzante liquido naturale da utilizzare nelle coltivazioni.

Abbiamo poi dibattuto sul **tema delle merendine e delle bibite gasate**. È stata evidenziata la funzione positiva dei distributori automatici che erogano monoporzioni, mentre le confezioni famiglia sono quelle che possono determinare maggiori problemi.

Infine si è discusso del tema della **rendicontazione degli impatti sociali e ambientali**.

Dal 25 gennaio 2017 è entrato in vigore in Italia il D.Lgs. 254/16 in attuazione della direttiva 2014/95/UE per quanto riguarda la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte di imprese di grandi dimensioni, caratterizzate da un numero di dipendenti superiore a 500 unità e da uno stato patrimoniale oltre i 20 milioni di Euro o, in alternativa, da un totale dei ricavi netti delle vendite e delle prestazioni pari o superiore a 40 milioni di Euro.

Ai sensi dell'art. 3 del Decreto la **“dichiarazione individuale di carattere non finanziario”** deve essere di approfondimento sufficiente per permettere una chiara comprensione dell'attività di azienda, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto che lei stessa ha determinato.

Esistono poi **vari modelli di rendicontazione** come il GRI (Global Reporting Initiative) Standard o il Reporting Integrato dell'International Integrated Reporting Council (IIRC).

Franco Bompani
www.eidosconsulting.it
 Eidos Consulting Srl

CDA PARLA DI ECONOMIA CIRCOLARE

“Ripensare il modello di sviluppo diventa sempre più urgente: anche per questo un numero crescente di imprese ha posto al centro dell’attenzione il riutilizzo, il consumo responsabile, la riduzione degli sprechi e la diminuzione dei rifiuti durante tutto il ciclo produttivo”. Questo il tema del seminario tenutosi a Milano presso l’Università Bocconi il 2 ottobre all’interno del programma del Salone della CSR Corporate Social Responsibility e dell’Innovazione Sociale cui ha preso parte come speaker **Fabrizio Cattelan, CEO di CDA Cattelan Distributori Automatici**. Un incontro dal titolo “Economia Circolare, dal riutilizzo alla lotta allo spreco” nel quale l’azienda friulana è stata invitata a parlare dei **vari e diversificati progetti** insieme ai risultati raggiunti attraverso l’impegno nel campo della sostenibilità. Esempio di come anche una realtà di piccole dimensioni possa avviare e realizzare con coerenza buone prassi, promuovendole verso clienti, fornitori e i soggetti del territorio.

CDA Cattelan Distributori Automatici ha riconfermato, quindi, anche quest’anno, il quarto consecutivo, la propria presenza di testimonianza attiva al Salone.

*“Essere di nuovo qui come azienda coinvolta nei lavori – ha commentato **Fabrizio Cattelan** – ci consente di parlare della nostra filosofia tradotta in fatti tangibili, degli investimenti dedicati alla ricerca e all’innovazione sostenibile e, allo stesso tempo, ci permette di fare il punto e dare riscontro sull’evoluzione di attività che l’anno precedente erano magari allo stato di progetti iniziali o in sviluppo. In questa edizione del Salone, ad esempio, abbiamo potuto raccontare di un risultato premiante per noi: **la selezione del progetto sul riutilizzo dei fondi di caffè a fini energetici di cui si è discusso in giugno al G20 di Tsukuba in Giappone al tavolo dei ministri economici**. Lo studio, che abbiamo condotto con Animaimpresa e il Dipartimento di Scienze Agrarie e Ambientali dell’Università di Udine tramite lo spin-off Bluecomb, è stato scelto, infatti, dal Ministero dello Sviluppo Economico per il suo valore scientifico e perché risponde ai criteri dell’economia circolare e di crescita economica sostenibile e inclusiva”.* Il progetto è stato pubblicato anche sul sito del **METI, il Ministero dell’Economia e del Commercio e dell’Industria giapponese**.

“Soddisfazione e conferma di un percorso corretto – continua Cattelan – che stiamo seguendo per dare un contributo alla sfida, sempre più pressante, di mitigare l’impatto ambientale causato dalla produzione di beni e dagli scarti che ne derivano. Aggiungo che l’azienda, per noi, è un bene della società e non un bene esclusivo dell’imprenditore. È con questa convinzione che gestiamo CDA, seguendo i principi della responsabilità sociale d’impresa”.

Attraverso questa iniziativa si è arrivati al risultato di **riutilizzare i fondi di caffè come fonte di energia nelle stufe pirolitiche** che producono calore da biomassa. I residui della combustione, costituiti da carbone vegetale, potrebbero poi essere impiegati come ammendante per il terreno, rendendo di fatto il caffè una risorsa senza fine.

Per lo stesso progetto, nel 2018 la CDA era già stata selezionata e inserita nel rapporto **“100 italian circular economy stories. Le filiere, le tecnologie e i campioni dell’economia circolare made in Italy”**, curato da Enel e Fondazione Symbola. L’impegno dell’azienda nel riciclo degli scarti prodotti dai fondi di caffè è stato premiato anche con il **“Good Energy Award”**.

Una seconda collaborazione, con la start-up Micomondo, ha come obiettivo, invece, l’utilizzo dei fondi di caffè nella produzione di **funghi commestibili**. CDA utilizza 60 tonnellate annue di caffè in grani che danno luogo a circa 100 tonnellate umide, dalle quali potrebbe essere possibile ricavare fino a 50 tonnellate di funghi.

Legato al riutilizzo degli scarti c’è anche il progetto che vedrà la costruzione presso la sede dell’azienda di un **impianto di smaltimento rifiuti** che consentirà di recuperarli e inviarli a una struttura di biogas in Friuli Venezia Giulia o, in parallelo, di impiegarli nel settore farmaceutico.

Recentemente CDA è stata protagonista di un altro evento incentrato sull’Innovazione Sociale: il talk **“Parliamone”**, organizzato a Udine da Friuli Innovazione-Centro di Ricerca e Trasferimento Tecnologico nell’ambito del progetto europeo SIAA (Social Impact for the Alps Adriatic Region). Nell’occasione **Eleonora D’Alessandri, Corporate Social Responsibility Manager e Responsabile Comunicazione&Marketing**, si è soffermata su alcuni temi sensibili per il Vending, come l’uso della plastica, richiamando l’importanza da parte dell’impresa di porsi delle domande sull’impatto che certe scelte possono avere, spingendo verso quelle con effetti positivi socialmente ed economicamente.

“FOOD POVERTY LAB” DI BOLTON

Bolton Food mette a disposizione del Banco Alimentare alimenti di ottima qualità e perfettamente edibili – ma che per varie ragioni non possono più essere venduti – affinché siano utili per le persone indigenti. Per procedere nel suo intento “Responsabile” l’azienda, titolare di marchi come **Rio Mare e Palmera**, ha partecipato al **“Food Poverty Lab”**. L’obiettivo è quello di individuare soluzioni per il recupero delle eccedenze lungo i **processi di produzione delle Insalatissime** presso la fabbrica di Cermenate (Como). Lo stabilimento nel 2018 è diventato così protagonista del progetto. Le eccedenze originate dallo svuotamento della riempitrice delle verdure sulla linea delle Insalatissime vengono riconvertite in sacchetti adatti al contatto alimentare. I sacchetti sono opportunamente etichettati con informazioni riguardanti il nome del mix di verdure, il giorno di produzione, il peso, gli allergeni e l’inserimento delle indicazioni di utilizzo. **Le eccedenze hanno vita utile di 24 ore previa cottura** e, pertanto, i ritiri sono fatti quotidianamente da Siticibo (Banco Alimentare) e da altre strutture del territorio.

Per quanto riguarda i beneficiari sono stati individuati 4 strutture caritative.

I numeri confermano il successo dell’iniziativa: 100 kg di prodotto recuperato ogni giorno sulle linee di produzione, 19 tonnellate all’anno di eccedenze recuperabili con la produzione pianificata, 35mila Euro il valore del prodotto recuperato (inclusi i costi evitati per lo smaltimento). La collaborazione con **Banco Alimentare** ha permesso a Bolton di valorizzare un prodotto che sarebbe andato a produrre, altrimenti, del biogas.

IL RISTORANTE SOLIDALE

Ristorante Solidale nasce per sensibilizzare sul tema della riduzione degli sprechi alimentari in Italia, aiutando comunità e famiglie meno fortunate con donazioni di cibo. Grazie alla possibilità di **Just Eat** (azienda di food delivery) di mettere in comunicazione chi prepara il cibo con chi, in questo caso, ne ha più bisogno, Ristorante Solidale unisce l’innovazione e la tecnologia del food delive-

ry alla solidarietà, raccogliendo le eccedenze alimentari cucinate dai ristoranti partner di Just Eat, pronte per essere consegnate a domicilio e consumate. Il progetto è svolto in collaborazione con **Ponyzero** e grazie al supporto di **Caritas**. Nasce nell'ambito della legge "anti-spreco" 166/2016 che favorisce le donazioni di cibo. In 3 anni sono stati forniti circa 6mila pasti "solidali".

ILLIRIA PER IL RICICLO DELLA PLASTICA

Gruppo Illiria, azienda socia del Consorzio Coven, è intervenuta alla 7a edizione del Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale partecipando al panel "La plastica negli oceani: programmi, iniziative, impegni". Mario Toniutti, Direttore Generale di Illiria e Vice Presidente Confida, ha tenuto uno speech sul tema della sostenibilità applicata al settore della Distribuzione Automatica, presentando il progetto RiVending, un ciclo di recupero e riciclo di bicchieri e palette in plastica per distributori automatici promosso da Confida insieme a **Corepla** e **Unionplast**, è finalmente disponibile in tutta Italia. L'obiettivo è raggiungere l'installazione di **5mila punti di raccolta nel 2020**.

"Da diversi anni il tema della salvaguardia dell'ambiente è entrato a far parte della strategia e della politica di tutte le aziende socie del Consorzio - spiega Massimo Ferrarini, presidente di Coven - . La riduzione della plastica è un cambiamento significativo nel nostro settore. La vera sfida per mettere in atto un cambiamento significativo è riciclare. Le aziende della filiera sono già da oggi pronte a promuovere e aumentare l'impiego di materiali provenienti da circuiti di riciclo, senza che ciò infici la qualità dei prodotti e la sicurezza dei consumatori. Rivending è un programma all'avanguardia, sostenibile e praticabile fin da subito".



RIVENDING SI DIFFONDE IN TUTTA ITALIA

Il progetto **RiVending** (www.rivending.eu), il "ciclo chiuso" di recupero e riciclo di bicchieri e palette in plastica per distributori automatici promosso da Confida insieme a **Corepla** e **Unionplast**, è finalmente disponibile in tutta Italia. L'obiettivo è raggiungere l'installazione di **5mila punti di raccolta nel 2020**.



Dopo la fase test nella **città di Parma**, in cui si è affinato il modello organizzativo, oggi le imprese di gestione possono aderire all'iniziativa e promuovere il progetto presso i propri clienti.

L'incarico della gestione operativa del progetto è stato affidato a **Venditalia Servizi Srl** a cui le società di gestione si possono rivolgere per aderire e acquistare il kit composto da un cestino corredato da un cartello informativo che deve essere posizionato a fianco del distributore automatico.

Operativamente il progetto sarà diviso in due fasi:

1. **Fase di educazione:** verranno coinvolti i clienti interessati, posizionati i cestini e promossa una comunicazione sul progetto da parte dei clienti stessi verso i propri utenti e le imprese di pulizie. Quando si inizia il progetto in una nuova Provincia o Città, il gestore del servizio e Venditalia Servizi si confronteranno per comunicare il progetto al Comune e all'azienda incaricata per la gestione dei rifiuti del territorio. In questa prima fase all'interno del cestino verrà inserito il normale sacchetto della raccolta differenziata della plastica.
2. **Circuito chiuso RiVending:** al raggiungimento di un numero di tonnellate che renda efficiente il progetto in una determinata città/provincia, all'interno del cestino RiVending, il sacco della plastica verrà sostituito col sacco verde e blu di RiVending e realizzato l'accordo con la società incaricata della raccolta dei rifiuti per l'avvio del circuito separato di raccolta e riciclo di bicchierini e palette.

Per info: Venditalia Servizi (Marco Sandro marco.sandro@rivending.eu - 348/015.75.63)

il BUONO della FRUTTA



NOVITA'

L'assortimento completo di frutta secca e frutta morbida



L'evoluzione della proposta al Vending.

www.dispensazaniboni.it
 info@dispensazaniboni.it
 tel.+39.0521.256713 fax+39.0521.967600

Dispensa
Zaniboni
 Nuove Idee negli Snack

Il Plastic Free non spaventa Aristea

L'azienda di Battipaglia esprime tutte le sue perplessità sulla norma europea ma è già partita con piani industriali alternativi che riguarderanno anche il Vending

Parli di “**plastic-free**” e delle sue conseguenze sul Vending e non puoi non intervistare l'**ingegner Marco Grillo**, “**opinion leader**” in materia, amministratore delegato di **Aristea S.p.a.**, uno dei colossi nel settore della produzione di stoviglie e contenitori monouso. Fondata a **Battipaglia (Salerno)** nel 1985, Aristea, in virtù di una trentennale esperienza nel Vending, è un marchio di grande fama e credibilità tra i gestori della **Distribuzione Automatica**.

Partendo da un know-how tecnologico e produttivo maturato nel corso degli anni, la dinamicità e lo spirito di innovazione hanno portato da sempre Aristea a mantenersi costantemente al passo con i tempi per **proporre soluzioni** rispondenti alle domande dei clienti e all'evoluzione dei mercati in cui lavora. Con riferimento specifico al Vending, anche Aristea si trova oggi a dover fronteggiare una normativa europea sulla plastica che rischia di mettere

in seria difficoltà un intero comparto economico simbolo dell'economia italiana e che ha nell'azienda campana - che opera in uno **stabilimento di 60.000 mq, di cui 24.000 dedicati alla produzione** - un'industria presente in tutta Italia e in molti Paesi europei ed extra europei.

Con l'ing. Grillo, la nostra redazione ha sviscerato l'argomento “plastic free”, facendosi anche raccontare le novità che Aristea sta mettendo in campo per il Vending.

Aristea è azienda leader e rappresentante del distretto della plastica di Battipaglia. C'è preoccupazione all'interno di un'area industriale così importante per le conseguenze della direttiva UE sul plastic free?

La preoccupazione è tangibile in quanto ci troviamo in un momento di transizione che, a causa degli impatti che la legge rischia di avere sul nostro comparto, risulta essere molto delicato.

*Sono già state intraprese una serie di azioni ma, in attesa degli sviluppi e dell'intervento del Legislatore italiano per il recepimento della normativa europea, siamo già in fase esecutiva con **piani industriali alternativi**.*

Cos'è che la convince di meno dell'impianto di questa legge?

*È l'intero impianto che non è convincente perché il problema è stato approcciato male. Non si può pensare di risolvere la delicata questione ambientale **eliminando solo alcuni prodotti in plastica**. Anche perché, dati della UE alla mano, scorrendo la lista dei rifiuti che vengono recuperati con più frequenza in mare e lungo le coste, per trovare un prodotto proveniente dal nostro settore bisogna arrivare fino al **diciassettesimo posto**, dove figurano le posate. Non si capisce perché i prodotti come mozziconi di sigaretta, bottiglie di plastica e flaconi per la detergenza, che occupano i primi tre posti di questa elenco, non siano stati inclusi in*



nessun provvedimento. Quindi, seguendo una logica puramente demagogica che **non creasse danni alle lobby**, si è deciso di eliminare i prodotti che hanno un impatto minore e di lasciare in commercio i prodotti che vengono ritrovati più frequentemente in mare.

Inoltre il 90% dei rifiuti marini del Pianeta viene trasportato in mare dal Nilo e dai fiumi del Sud-Est asiatico, zone dove il concetto di riciclo non ha ancora preso piede. Pertanto, prima di tutto per l'inefficacia rispetto alle problematiche ambientali, riteniamo che questa legge sia soltanto deleteria.

L'Italia ha due anni di tempo per recepire la direttiva sul "plastic free". Si attende che il Legislatore intervenga ammorbidendone l'impatto sull'industria della plastica?

La legge rischia purtroppo di avere **impatti devastanti su circa 20.000 famiglie di lavoratori**. Inoltre, questo provvedimento è stato preso in 8 mesi senza alcun tavolo di confronto e senza tenere conto delle problematiche relative al reperimento dei biopolimeri e alla riconversione degli impianti.

Pertanto, alla luce di queste premesse, sono state avanzate delle proposte che auspichiamo vivamente vengano recepite dal Parlamento con dei **provvedimenti in favore dell'industria della plastica**. Ovviamente, in contemporanea, come già detto, stiamo già lavorando a progetti di riconversione della produzione.

Al di là delle conseguenze economico/occupazionali, non crede che ci saranno problemi di gestione e smaltimento dei rifiuti compostabili, organici, ecc?

Questo è un altro aspetto delicato che non è stato preso in considerazione durante il velocissimo iter che ha portato a questa legge. **C'è molta ignoranza in merito**; il consumatore è smarrito e spesso la domanda principale dei clienti è relativa alle modalità di smaltimento. Con l'immissione dei **biopolimeri** sul mercato la faccenda si complica ulteriormente e non c'è il tempo necessario per educare le persone al corretto smaltimento dei nuovi materiali.

Come sta reagendo Aristea all'imperversare del "plastic free" nei



vari settori in cui opera (Vending e non solo)?

Ci stiamo muovendo su due fronti: da un punto di vista generale Aristea insieme a **Pro.Mo.**, Gruppo dei Produttori di stoviglie monouso in plastica, sta **intendendo delle cause** nei confronti dei Sindaci che hanno emanato delibere **"plastic free"**. La maggior parte è stata vinta in quanto non è possibile anticipare con una delibera locale una legge che entrerà in vigore nel 2021.

Aristea è un'azienda che ha sempre fornito le giuste risposte al mercato e anche in questa situazione così critica non ha intenzione di farsi trovare impreparata. Non solo abbiamo già investito importanti risorse nella ricerca di **materiali alternativi** e nei relativi test, ma abbiamo anche realizzato una nuova unità produttiva per la trasformazione dei prodotti in cartoncino biodegradabile e non.

Su un fronte più specifico, invece, **stiamo lavorando alla produzione di bicchieri in cartoncino per il Vending**.

Quanto inciderà la variabile prezzo delle materie prime e della lavorazione per voi produttori e, a cascata, per i clienti?

L'impatto sarà notevole: i biopolimeri costano circa 4 volte più di quelli impiegati fino a oggi e non tutti gli impianti possono lavorarli. Pertanto alla **quadruplicazione dei costi della materia prima** si aggiungono le spese legate alla riconversione delle strutture di lavorazione.

Legno, bioplastiche, ecc. Sono realmente delle alternative ai materiali convenzionali?

Sotto l'aspetto economico non esistono alternative più vantaggiose del polistirolo. Se a questo aspetto coniughiamo **l'igienicità e la sicurezza di prodotti** fatti con questo materiale, possiamo tranquillamente affermare che, in generale, un'opzione altrettanto valida al momento non esiste. Si pensi all'impiego che del polistirolo viene fatto in campo medicale e a quanti oggetti e strumenti, proprio per la sicurezza e l'igiene garantita dalla materia prima, vengono utilizzati in ambito ospedaliero.

Cosa ne pensa, invece, della plastic tax inserita dal Governo nella sua manovra economica?

Si potrebbe definire la classica "ciliegina sulla torta".

A questo punto **la plastica diventa un prodotto per pochi**; per i pochi eletti cioè che se lo potranno permettere.

Come si esce da una impasse che rischia di "tranciare la gambe" a un'eccellenza del Made in Italy?

Al momento non si può dire come si evolverà la situazione. La fase di cambiamento è a pieno regime e l'incertezza è predominante.

Sicuramente è necessario insistere con il Legislatore per cercare di far apprezzare la bontà dei materiali riciclati. Il concetto che deve passare è che mentre i **prodotti "bio"** sono al 100% dei rifiuti, quelli in **polistirolo** sono al 100% riciclabili e, proprio in una filiera efficiente di riciclo, possono dare vita a prodotti che sia dal punto di vista igienico che dal punto di vista della sicurezza sono perfettamente identici a quelli realizzati con materia prima vergine.

e.c.

In ebollizione il mercato del caffè in Italia

Nel 2018 ancora un exploit per le capsule compatibili. Ma il prezzo non basta più. I riposizionamenti dei grandi player stanno spostando la competizione a un livello più elevato



Competitive Data ha analizzato, come ogni anno, il mercato delle cialde e capsule per caffè in Italia. Le aziende considerate nel report detengono una **quota di mercato aggregata del 94%** a valore e dell'89% a volume e sviluppano un fatturato aggregato di 3.564 milioni di Euro.

Lo scenario competitivo

Anche nel 2018 i principali **sistemi proprietari** continuano ad assistere all'erosione delle loro quote di mercato (3 punti percentuali persi rispetto al 2017), con una market share a volume complessiva che **per la prima volta scende al di sotto del 50%** e si attesta a poco più del 47%. Come nell'ultimo biennio sono i principali attori delle capsule compatibili ad avvantaggiarsene.

Questo è testimoniato dalla **crescita delle capsule compatibili** all'interno del segmento delle capsule speciali, che è stata del +49,6% a valore nel 2018, segnando un'accelerazione rispetto alla già sostenuta crescita del 2017. Basti pensare che il segmento delle capsule speciali cresce nel suo complesso del +12,3% nel 2018.

Le aziende leader, proprietarie dei sistemi clonati, cercano di arginare l'attacco dei competitor allargando la gamma con edizioni limitate e caffè speciali, lanciando sul mercato confezioni con un numero maggiore di capsule che consentono **margini più ampi** per poter giocare sulla leva prezzo e potenziando la distribuzione sia sui canali fisici che online.

Dall'altro lato **i player più attivi nelle capsule compatibili**, e con le crescite maggiori, stanno incrementando i loro budget in comunicazione, online e offline, per differenziarsi dai tanti player minori, consolidare gli spazi conquistati e accrescere le loro quote di mercato.

In questo scenario, già di per sé in rapida evoluzione, sul canale di vendita del dettaglio alimentare anche **le insegne della DO-GDO** vogliono giocare da protagoniste e si stanno ritagliando uno spazio importante nella fascia di prezzo media a discapito, ancora una volta, dei player minori e indifferenziati. La loro azione, però, non si limita al solo inserimento a scaffale delle proprie referenze di capsule compatibili, ma guardano anche ai trend più innovativi quali lo sviluppo delle **capsule compostabili**, svolgendo così un ruolo di **"early adopter"**.

Il prezzo non basta più

Il solo fattore prezzo non è più sufficiente, da solo, per competere con successo sul mercato delle cialde e capsule per caffè. I posizionamenti (e riposizionamenti) dei grandi player, stanno **spostando la competizione a un livello più elevato**, dove entrano in gioco anche importanti investimenti in comunicazione, packaging, prodotto e, questa volta, non sono più rivolti solo ai sistemi proprietari ma vengono indirizzati anche alle capsule compatibili.

1 ITALIANO SU 2 VUOLE CIALDE O CAPSULE

In occasione della Giornata Internazionale del caffè, **Supermercato24** – il player italiano della spesa online – ha analizzato i propri dati per delineare le abitudini di consumo degli abitanti del Bel Paese rispetto al caffè.

Nell'ultimo anno **l'acquisto di caffè ha pesato il 9% sull'intera categoria bevande** e il 2% sulla spesa complessiva registrata dalla piattaforma.

La primavera e l'autunno – e, in particolare, aprile, settembre e ottobre – sono le due stagioni in cui si concentrano i picchi più alti di acquisto di caffè nello Stivale.

Guardando i dati relativi all'incidenza dell'acquisto di caffè sulla spesa totale effettuata in una data provincia, tramite sito web o app, nell'ultimo anno **la città italiana dove si è acquistato più caffè è Trieste** (1,8% della spesa totale annuale), seguita da Mantova e Pisa (1,6% per entrambe). Gli abitanti di Roma, invece, sono quelli che in Italia hanno acquistato meno caffè negli ultimi 12 mesi.

In fatto di comodità e praticità gli italiani non hanno dubbi. **Cialde e capsule sono le soluzioni più popolari** della Penisola: quasi 1 italiano su 2 (45%) le preferisce ai formati più tradizionali. Il 39% dei connazionali sceglie, invece, il caffè macinato, mentre l'8% opta per una tazza di caffè solubile e il 6% lo preferisce in grani.

Amiamo i gusti forti e decisi in fatto di caffè. **Arabica e Robusta sono le varietà più popolari** tra gli italiani, che, fatta eccezione per il ginseng, ancora molto apprezzato, ad aromi ed essenze esotiche preferiscono un caffè classico e cremoso.

UNA SCELTA **DI QUALITÀ**

Prodotti artigianali freschi, perfetti per la molla singola.



ALCUNE REFERENZE DELLA NOSTRA GAMMA VENDING:



I MORBIDONI



LE RUSTICHELLE



LE NUVOLETTE



I GOURMET



GLI SPORT



I TRAMEZZINI 110



Se **Caffè Borbone** è stato il precursore in questo senso, il lancio delle capsule di **Illycaffè** (in collaborazione con **Jacobs Douwe Egberts**) compatibili con il **sistema Nespresso**, ma di eguale posizionamento di prezzo, ha registrato azioni di marketing degne di una “categoria” più che di un segmento di mercato, mentre **l'accordo tra Starbucks e Nestlé-Nespresso** ha aggiunto una variante ulteriore: l'estensione della partnership dalle capsule ai prodotti tradizionali (grani, macinato).

È molto interessante anche la **reazione di Lavazza**, impegnata in un confronto a tutto campo con le minacce di settore per quanto riguarda i propri sistemi proprietari, ma anche pronta a cogliere le opportunità derivanti dalle capsule compatibili, con:

- ✓ l'ampliamento delle referenze della gamma A Modo Mio e Firma. In particolare, per quanto riguarda il sistema A Modo Mio, la “difesa” si gioca anche sul prezzo con i sotto-brand Suerte e Bourbon;
- ✓ l'ingresso con i brand Lavazza e Carte Noire (quest'ultimo soprattutto per i mercati esteri) nel segmento delle capsule compatibili con il sistema Nespresso;
- ✓ l'ingresso con il brand Carte Noire nel segmento delle capsule compatibili con il sistema Dolce Gusto.

Nel frattempo, subito a ridosso dei grandi player emergono **realità medie e medio-grandi** che, sostenute da un'importante produzione in conto terzi e private label, e sfruttando in alcuni casi il trend in crescita dell'e-commerce, conquistano rapidamente quote di mercato.

Il mercato

La produzione di cialde e capsule per caffè, che include anche l'importazione di capsule speciali delle multinazionali estere, cresce del +5,6% a valore nel 2018 attestandosi a 1.258 milioni di Euro.

Le esportazioni fanno registrare per la prima volta un calo del -1,8%, riconducibile a un cambio delle strategie di alcuni player importanti e la perdita di commesse da parte di altri. Il mercato interno cresce del +8,4%, per un controvalore di 938 milioni di Euro.

I canali distributivi

Competitive Data nel suo report considera tutti i possibili canali in cui il caffè monoporzionato viene commercializzato, raggruppandoli in due aree di business e in particolare:

- ✓ **Famiglie** (GDO-DO, piccolo dettaglio, negozi specializzati, negozi monomarca, door to door, e-commerce, ecc.);
- ✓ **Business (uffici, Vending, rivenditori e-commerce, Ho.Re.Ca., ecc.)**.

Nel 2018 la crescita è superiore al 10% per entrambe le aree d'affari, ma è soprattutto nell'area Business che vi sono sensibili differenze tra un canale e l'altro. A una **crescita delle vendite tramite e-commerce (+22,7%)** e Ho.Re.Ca (+35,7%), fa da contraltare una **flessione dell'OCS tradizionale (-2%)**.

I segmenti merceologici

I segmenti merceologici considerati sono **le cialde in carta, le capsule fap, e le capsule speciali**. Queste ultime sono ulteriormente suddivise in capsule originali, capsule compatibili e per sistema di appartenenza, tra cui: sistema Nespresso, sistema Nestlé Dolce Gusto e sistema Lavazza A Modo Mio.

Come anticipato, l'attenzione degli operatori è concentrata sulle capsule compatibili, in crescita del +49,6% nel 2018, mentre continuano nel trend decrescente le cialde in carta e le capsule fap.

Info: www.compedata.com – www.competitivestore.it

IL MONOPORZIONE VA FORTE NELL'HO.RE.CA.

Secondo **Competitive Data**, nel 2018 il caffè nel canale Ho.Re.Ca. ha fatto registrare una **crescita dello 0,7% a valore**, raggiungendo gli **861 milioni di Euro**. Tra i trend più importanti notiamo una crescita sensibile del ruolo del caffè monoporzionato.

Le aziende analizzate detengono una quota aggregata del 78,1% a valore, del 68,9% a volume e sviluppano un fatturato di 3.574 milioni nel 2018.

Nel triennio 2016-2018 **le prime 8 torrefazioni** hanno guadagnato quasi 2 punti percentuali di quota di mercato a valore e 1,3 a volume, che diventa 1,5 se consideriamo le prime sette.

Siamo entrati, quindi, in una fase di **ipercompetizione**, con un contesto ambientale più sofisticato e complesso rispetto al passato. Una trasformazione avvenuta in tempi molto rapidi e che tende a polarizzare le quote di mercato in due gruppi. Quello di vertice, con le torrefazioni che stanno creando un **gruppetto di testa** (per utilizzare un termine ciclistico) e il **resto della “compagnia”** che si sta compattando ma perde contatto con i leader, mentre la pendenza della salita (il contesto ambientale) diventa sempre più ripida.

L'osservazione e l'analisi delle dinamiche settoriali, i cambiamenti dei modelli di business, il riassetto delle operations e il loro riflesso sui risultati ottenuti, hanno portato Competitive Data a riassumere il modello evolutivo dell'ultimo triennio in 3 fasi: **reset, restart, reboost**.

Le fasi di reset e restart hanno visto le principali torrefazioni riorganizzarsi verso una scelta più oculata della clientela, l'ampliamento della gamma prodotti, la riorganizzazione della forza vendita, la maggiore sensibilità verso la comunicazione e la differenziazione.

Dopo questa intensa fase, sfociata in alcuni casi in un vero e proprio **rebranding**, è iniziata la fase di reboost, cioè un **nuovo impulso alle vendite**, ma soprattutto una maggiore velocità e versatilità nello sfruttare le nuove opportunità di mercato.

A livello mondiale, Competitive Data ha rilevato: la forte crescita del **caffè cold brew in USA**, la “premiumizzazione” in UK e il grande attacco alla leadership di Starbucks in Cina che è anche il Paese dove si sta giocando la partita più interessante sul caffè.

The background image shows a lush green field under a blue sky with light clouds. In the center, a wooden post stands upright. A tree with a full green canopy is growing out of the top of the post. Water is splashing around the base of the post, creating a dynamic and refreshing scene.

BILT lancia il progetto
BICICLIAMO!
Non più filtri usa e getta ma
prodotti *rinnovabili,*
riutilizzabili, rigenerabili.
Il tutto utilizzando moderne
tecnologie ad inquinamento
zero.

Il **MIUR** regola gli appalti Vending nelle scuole

Il gestore dovrà fornire una serie di adempimenti di difficile attuazione che comporterà, oltre a un aumento dei costi, il moltiplicarsi di errori e di profili di illegittimità che andranno ad appesantire l'attività di selezione del concessionario del servizio

Il 27 settembre 2019 il MIUR, con la **nota prot. n. 21611**, ha pubblicato *“Le istruzioni per l'affidamento dei Servizi di ristorazione mediante bar e distributori automatici nelle Istituzioni Scolastiche ed Educative”* (Quaderno n. 2).

Le “Istruzioni”, nello specifico, riguardano i contratti di affidamento dei servizi di ristorazione svolti mediante gestione, congiunta o disgiunta, di bar interni e **distributori automatici**, ove:

- ✓ per **“Servizio di ristorazione mediante bar”** si intende la gestione economico-funzionale del punto bar situato all'interno della scuola, consistente nell'approvvigionamento, preparazione e somministrazione di bevande e alimenti. È richiesta all'operatore l'erogazione di tutte le attività necessarie ai fini della corretta gestione del Servizio, quali, a titolo esemplificativo, l'allestimento dei locali e la pulizia degli stessi, lo svolgimento di attività di manutenzione ordinaria, ecc.;
- ✓ per **“Servizio di ristorazione mediante distributori automatici”** si intende la gestione economico-funzionale del Servizio di ristoro a mezzo di distributori automatici di alimenti, bevande e altri generi di conforto da collocarsi presso i locali dell'Istituzione. Tale Servizio comprende anche lo svolgimento di attività accessorie connesse all'esecuzione del Servizio complessivamente inteso, quali, a titolo esemplificativo, la consegna, l'installazione e la messa in esercizio dei distributori, la manutenzione, ecc.



Il Quaderno è suddiviso in **tre paragrafi**:

1. **“Quadro normativo di riferimento”** (par. 1);
2. **“I contratti di affidamento in concessione di servizi di ristorazione mediante bar e distributori automatici”** (par. 2);
3. **“Le modalità di affidamento in concessione di servizi di ristorazione mediante bar e distributori automatici”** (par. 3).

Tralasciando l'esame degli aspetti normativi di cui al primo paragrafo, di maggiore interesse è ripercorrere **l'analisi del contratto di Vending svolta dal MIUR e del PEF** (Piano Economico-Finanziario) in sede di procedura di affidamento. Andiamo con ordine.

TUTELA AMBIENTALE

Sotto un primo aspetto, la nota ministeriale ribadisce che l'affidamento del **Servizio di ristorazione mediante distributori automatici** ha natura giuridica di **concessione di servizi**, riguardando la gestione economico-funzionale dei suddetti

servizi con assunzione del **rischio operativo** in capo al concessionario che si estrinseca principalmente in: **rischio di domanda, rischio di disponibilità e rischio di costruzione** (eventuale).

In secondo luogo è ribadito dal Ministero che le Istituzioni, nella predisposizione degli atti di gara, devono tener conto dei pertinenti **Criteri Ambientali Minimi (CAM)**, ai sensi dell'art. 34 del Codice dei Contratti Pubblici, con particolare riferimento al D.M. del 25 luglio 2011 con il quale il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare ha approvato una serie di prescrizioni, volte alla tutela dell'ambiente, afferenti al **“servizio di ristorazione collettiva”** e alla fornitura di **“derivate alimentari”**.

Le Istituzioni, nella documentazione di gara, devono garantire *“[...] un'adeguata quota di prodotti agricoli, ittici e agroalimentari provenienti da sistemi di filiera corta e biologica e comunque a ridotto impatto ambientale e di qualità, nonché l'attribuzione di un punteggio per le offerte di servizi e forniture rispondenti al mo-*

dello nutrizionale denominato “**dieta mediterranea**”, consistente in un’alimentazione in cui prevalgono i prodotti ricchi di fibre, in particolare cereali integrali e semintegrali, frutta fresca e secca, verdure crude e cotte e legumi, nonché pesce, olio extravergine d’oliva, uova, latte e yogurt, con una limitazione nel consumo di carni rosse e zuccheri semplici. I suddetti bandi prevedono, altresì, un’adeguata quota di prodotti per soddisfare le richieste di alimenti per coloro che sono affetti da celiachia”, ai sensi dell’art. 4, comma 5-quater, D.L. 104/2013, convertito con modificazioni dalla L. 123/2013.

Le Istituzioni possono, ove pertinenti, tenere inoltre in considerazione:

- i) “**Criteri di priorità per l’inserimento di prodotti agroalimentari provenienti da operatori dell’agricoltura sociale**”, ai sensi dell’art. 6 comma 1 della L. 141/2015;
- ii) *Linee di indirizzo del Ministero della Salute approvate il 16 aprile 2018 “rivolte agli enti gestori di mense scolastiche, aziendali, ospedaliere, sociali e di comunità, al fine di prevenire e ridurre lo spreco connesso alla somministrazione degli alimenti”;*
- iii) *“Linee di indirizzo nazionale per la ristorazione scolastica” del Ministero della Salute, approvate il 29 aprile del 2010, rivolte a tutti gli operatori della ristorazione scolastica.*

ATTENZIONE AI FLUSSI DI CASSA

La nota ministeriale prosegue analizzando il **canone concessorio**, come noto stimato di norma su base annua, per l’occupazione dello spazio pubblico in uso, per le utenze (fruizione di energia elettrica, riscaldamento, gas, acqua) e per le altre spese eventualmente sostenute dalla **stazione appaltante**. Il Ministero, al fine della determinazione del canone e degli ulteriori profili regolatori a quest’ultimo inerenti, prevede che “*l’Istituzione rispetti le eventuali indicazioni che potrebbero essere state fornite dai rispettivi Enti Locali territorialmente competenti (ad esempio: mediante delibera dell’Ente locale, protocollo tra Ente locale e Istituzione Scolastica, ecc.)*”.

Il pagamento da parte del concessio-



nario delle spese relative alle utenze potrebbe avvenire, in via esemplificativa, secondo le seguenti modalità, tra loro alternative: “*inclusione nel canone in via forfettaria*”, sulla base di un piano tariffario (tariffa min/max); “*pagamento in via diretta da parte del concessionario*”, in caso di installazione di un contatore autonomo.

Quanto alle modalità di affidamento del servizio in concessione, è affrontata, in primis, la questione del **criterio di aggiudicazione**, venendo precisato che “*le Istituzioni Scolastiche sono tenute ad affidare il Servizio sulla base del criterio dell’offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo*”.

Per quanto concerne i **criteri di selezione**, le “Istruzioni” proseguono specificando che, in conformità a quanto prescritto dal codice dei contratti pubblici, “*le Istituzioni Scolastiche, nella individuazione dei criteri di selezione, dovranno tenere in considerazione le specificità del servizio nella determinazione dei requisiti di idoneità professionale e dei requisiti speciali relativi alla capacità economico-finanziaria e tecnico-professionale, facendo riferimento alle previsioni contenute nei CAM, ove applicabili, (ad esempio: la registrazione EMAS, UNI EN ISO 14001:2004) e alle eventuali ulteriori certificazioni*”.

In fase di gara, l’operatore economico dovrà allegare alla propria offerta economica il **Piano Economico Finanziario (“PEF”)** di copertura degli investimenti e della connessa gestione per tutto l’arco temporale definito, redatto ai sensi dell’art. 165 del Codice e delle Linee Guida A.N.AC. n. 9. Le Istituzioni Scolastiche nell’ambito della documentazione di gara potranno definire un PEF di massima.

Il PEF può essere, inoltre, oggetto di revisione a seguito del verificarsi di fatti non riconducibili al concessionario, che incidono sull’equilibrio economico-finanziario.

Il PEF, dunque, dovrà “*definire i principali presupposti e le condizioni fondamentali dell’equilibrio economico-finanziario posti a base dell’affidamento della concessione, compresi a titolo esemplificativo e non esaustivo, i tempi e i costi previsti per l’allestimento dei locali; l’importo dei ricavi presunti; l’importo complessivo dei costi di gestione del servizio; la stima degli ammortamenti; i costi per il personale addetto al servizio*”.

L’equilibrio economico e finanziario si realizza quando i **flussi di cassa** derivanti dai **ricavi** del contratto coprono i **flussi di cassa derivanti dai costi** ammessi per l’esecuzione del contratto, inclusi quelli relativi all’ammortamento del capitale investito netto e alla remunerazione del-

lo stesso a un **tasso che può essere definito congruo** e gli oneri derivanti dalle imposte.

Il Piano Economico Finanziario dovrà contenere **indicatori di redditività** nonché il quadro di tutti i costi che l'aggiudicatario intende sostenere, compresi i **costi di gestione** e dei singoli servizi, nonché i ricavi che prevede di conseguire per la durata stabilita della concessione.

È, inoltre, previsto che le Istituzioni Scolastiche, prima dell'avvio della procedura, svolgano l'analisi dei rischi connessi alla gestione del servizio e compilino il documento di **"matrice dei rischi"** secondo le indicazioni contenute nel paragrafo 5 delle **Linee Guida A.N.AC. n. 9**.

LA STIMA DEL FATTURATO

Quanto al "valore" della procedura di gara e alla determinazione dell'importo a base di gara, dovranno essere applicati i seguenti criteri.

- ✓ Il valore della concessione, ai fini di cui all'art. 35 del Codice, sarà costituito dal **fatturato totale**

del concessionario generato per tutta la durata del contratto e al netto dell'IVA, stimato dall'Istituzione Scolastica quale corrispettivo della gestione del Servizio.

- ✓ In particolare, **il valore complessivo della concessione**, ai sensi dell'art. 167, comma 4, del Codice, comprenderà: *"l'importo totale pagabile del servizio bar (ad esempio: ricavabile dal prodotto tra il valore numerico dell'utenza media giornaliera del servizio, il prezzo medio di un prodotto offerto al bar, il numero di giorni lavorativi annui e il numero di anni, o in alternativa, il numero di giorni lavorativi per tutta la durata contrattuale); l'importo totale pagabile nell'ambito del servizio di distribuzione automatica (ad esempio: ricavabile dal prodotto tra il valore numerico relativo all'utenza media giornaliera del servizio, il prezzo medio di un prodotto oggetto di distribuzione automatica, il numero di giorni lavo-*

rativi annui e il numero di anni, o in alternativa, il numero di giorni lavorativi per tutta la durata contrattuale); l'importo del contributo eventualmente previsto a carico della stazione appaltante".

DUBBI E PERPLESSITÀ

Come risulta evidente dalla breve analisi di cui sopra, le amministrazioni scolastiche ed educative saranno onerate dall'espletamento di una serie di adempimenti di **difficile attuazione** che comporterà, oltre a un **aumento dei costi**, il moltiplicarsi di errori e di profili di illegittimità che andranno inevitabilmente ad appesantire e frenare l'attività di selezione del contraente per la gestione del **servizio di distribuzione automatica**. Per tali motivi, è auspicabile, ad avviso di chi scrive, un **intervento legislativo** idoneo a snellire le procedure in questo importante settore.

Avv. Eugenio Tristano
info@studiotristano.com

STUDIO LEGALE
TRISTANO

ET

VENDING LEGAL EXPERT

LO STUDIO OPERA
IN TUTTA ITALIA

HEADQUARTER:

VIA FLAMINIA, 357 - ROMA
TEL. 06 32110074
INFO@STUDIOTRISTANO.COM
STUDIOTRISTANO.COM



SCARICA GRATUITAMENTE
L'E-BOOK SUL VENDING
DELL'AVVOCATO
EUGENIO TRISTANO
DAL NOSTRO SITO



CITY 750

TRADIZIONE E INNOVAZIONE IN UN ESPRESSO



Elkey spegne 30 candeline

Il primo sistema di pagamento PC-Based, un innovativo borsellino elettronico per i micro-pagamenti e tutti i contenuti della trasformazione dell'azienda in QSAVE ELKEY Srl



Antonino Cuttonaro

Gia durante l'edizione 2018 di Venditalia la **ELKEY** (www.elkey.com) si era presentata con una veste inedita che preannunciava novità sostanziali. Oggi l'azienda torinese di sistemi di pagamento è diventata una realtà consolidata che presenterà alla prossima edizione della **fiera internazionale della Distribuzione Automatica**



(dal 20 al 23 maggio 2020 a Fieramilano/Rho) novità assolute per il mercato del Vending.

Il processo di trasformazione di ELKEY si è completato con un atto formale, modificando la sua denominazione in **QSAVE ELKEY Srl**. Questo cambiamento si porta dietro tutto il know-how dell'azienda per la realizzazione "in casa" di soluzioni complesse e innovative. Di questo e di altri argomenti la redazione di "Vending Magazine" ha parlato con **Antonino Cuttonaro, Amministratore di QSAVE ELKEY**.

ELKEY lancia il primo sistema di pagamento PC Based. Cosa significa e quali i vantaggi per i gestori del Vending?

*La vera novità del 2020 sarà l'evoluzione del nostro sistema di pagamento **BUBBLE 4.0** in un unico dispositivo hardware capace, con una sola scheda e una sola SIM, di racchiudere tutte le funzionalità che vengono gestite da più dispositivi e solitamente da un fornitore diverso. Il nostro sistema **BUBBLE** è in grado*

*di svolgere tutte le attività di cui il gestore oggi necessita: pagamento, borsellino, invio dei corrispettivi, controllo d'età tramite tessera sanitaria, **telemetria, gestionale e vendita tramite APP dello smartphone**. Tutto questo in un unico dispositivo - controllato, sviluppato e assistito da **QSAVE ELKEY** - che possiede anche i requisiti per aderire all'agevolazione fiscale dell'**iperammortamento Industria 4.0**.*

ELKEY ha realizzato un sofisticato sistema di pagamento elettronico che risolve i problemi delle commissioni per i gestori. Ci spiega come funziona?

La soluzione come sempre nasce da una esigenza di un cliente che ha richiesto di poter utilizzare la carta di credito o il bancomat come sistema di pagamento, quindi senza più la necessità di emettere tessere e/o card private.

I gestori sanno bene quanto sia costosa la "fee" di transazione del pagamento elettronico sul distributore



VENDING SOLUTIONS

automatico, soprattutto per articoli a basso reddito.

QSAVE ELKEY ha dato risposta a questa esigenza mettendo a punto una soluzione di borsellino elettronico **E-Wallet**, che prevede l'utilizzo della carta bancaria con una **sensibile riduzione del costo delle commissioni**.

Per esempio, abbiamo fornito questa soluzione a una nota azienda che fornisce acqua pubblica nelle casette. L'utente/cliente si presenta all'erogatore con la propria carta bancaria, si accredita e procede all'accantonamento di una somma che userà per gli acquisti successivi. La cifra, gestita direttamente dal gestore del servizio, verrà decurtata in quantità pari all'ammontare del servizio erogato.

ELKEY, insieme all'esperienza QSAVE può vantare di essere l'unica azienda del mercato a utilizzare i buoni pasto nel Vending. Ci può raccontare questa esperienza?

Ormai le aziende che chiedono la possibilità di **utilizzare i buoni pasto** anche sui distributori automatici sono diventate molte, pertanto questa esigenza viene manifestata dalle più grandi società che operano nel mercato del Vending e della Ristorazione Collettiva. Anche qui la soluzione nasce dalle richieste del cliente di poter far usufruire i buoni pasto in tutte le possibili forme di erogazione del servizio: mensa, caffetteria, ristorazione e Vending. Una richiesta che ritro-

viamo in moltissime gare pubbliche di appalto della D.A.

Nel mercato italiano QSAVE ELKEY è l'unica realtà a poter offrire questa esperienza. Grazie al **know-how di QSAVE**, il sistema **BUBBLE** identifica l'utente (tramite chiave, card, badge o telefonino), **riconosce il buono pasto (sia cartaceo che elettronico)** e ne gestisce tutto il flusso di validazione con l'emittitore e la gestione contabile. Contestualmente il gestore può applicare i suoi listini o le sue promozioni speciali e trasmettere i corrispettivi in via telematica.

Quindi ritorniamo all'efficienza di

cui abbiamo parlato inizialmente: all'unico dispositivo con tutte le funzionalità e applicativi evoluti per le esigenze del settore del Vending.

Da commerciale ci può dire qual è la soluzione che vende di più oggi e quella su cui punterebbe domani?

Fortunatamente i nostri sistemi, grazie alle loro peculiarità, stanno raccogliendo grandi successi in tutte le varie configurazioni. Voglio fare una menzione particolare per il **BUBBLE AGE CONTROL**, il sistema del controllo età del nostro dispositivo **BUBBLE**.

BUBBLE 4.0 IL FUTURO DEL VENDING



IPERAMMORTAMENTO INDUSTRIA 4.0



Il costante sviluppo di proposte automatiche verso una clientela sempre più eterogenea obbliga i gestori a un più accurato **controllo degli utilizzatori di prodotti** per i quali è necessario essere maggiorenni. La peculiarità del nostro **BUBBLE AGE CONTROL** di garantire questi controlli attira sempre più l'interesse ad adottarlo da parte appunto degli operatori stessi.

Il prodotto su cui punto, invece, per il 2020 è il BUBBLE 4.0 PC Based. Trovo che avere a disposizione un unico dispositivo e un unico interlocutore per tutte le esigenze del gestore sia ormai fondamentale per la complessità che ha raggiunto il mercato del Vending.

Il **BUBBLE 4.0 PC Based** sarà presentato nella prossima edizione di Venditalia.



LA STORIA DI ELKEY IN PILLOLE

Elkey ha fatto la storia dei sistemi di pagamento nel Vending. Ripercorriamola insieme

1990: Elkey nasce con l'obiettivo di unire le esperienze di professionisti del Vending, dell'informatica e dell'elettronica industriale.

1994: esce **"NO CONTACT"**, prima chiave in tutta Europa senza contatti a transponder industriale.

1998: nasce la gamma chiavi **"ATTO"**, che consente di ridurre costi e dimensioni facilitando l'installazione dei sistemi di pagamento.

2006: nasce la collaborazione con il gruppo **QSAVE Technology** per la realizzazione del buono pasto spendibile nei distributori automatici installati per le Olimpiadi Invernali di Torino 2006.

2008: entra a far parte del gruppo **QSAVE Technology**, da cui Elkey eredita sia la possibilità di allargare il proprio bacino di clientela a nuovi importanti settori, quali la ristorazione collettiva, sia di implementare il servizio di assistenza al cliente con tecnologie informatiche all'avanguardia.

2010: anno della svolta grazie all'invenzione di **"BUBBLE"**, che rappresenta attualmente il top della gamma di prodotti Elkey nella gestione dei pagamenti cashless.

2011: Elkey entra in nuovo settore: quello delle **utilities**, con l'ingegnerizzazione di un **sistema di pagamento sulle colonnine di erogazione acqua** per una primaria società di acque potabili.

2013: Elkey mette a punto il **BUBBLE AGE CONTROL** che permette di leggere il codice fiscale dell'utente al fine di erogare prodotti esclusivamente a persone che abbiano compiuto la maggiore età.

2016: Elkey acquisisce il ramo ICT di **Subalpina Vending**, diventando così sempre più specializzata in sistemi di pagamento.

2017: grazie alle competenze di QSAVE e del gruppo di Ricerca&Sviluppo aziendale, Elkey realizza autonomamente **E-Connect**, la soluzione per la gestione dei corrispettivi per i distributori automatici.

2018: Elkey espone a Venditalia sotto una nuova veste e con un'immagine coordinata con QSAVE, presentando tutte le soluzioni realizzate in comune. Lancia **MYBUBBLE**: la APP in Android e IOS per l'acquisto al distributore tramite smartphone.

2019: Elkey diventa **QSAVE ELKEY Srl**. Si completa così il processo di fusione delle competenze tra QSAVE ed ELKEY. Un'unica azienda per soluzioni sempre più innovative per il mercato del Vending.

A BAVENO FESTEGGIATI I 25 ANNI DELL'EVA

Paolo Ghidotti di Evoca Group rieletto presidente dell'Associazione Europea del Vending

La splendida città di **Baveno**, sulle rive del **Lago Maggiore**, ha ospitato, il 16-17 ottobre scorsi, i festeggiamenti per i **25 anni dell'European Vending&Coffee Service Association (EVA)**, l'associazione europea della Distribuzione Automatica, fondata nel 1994 a Bruxelles.

L'evento – a cui hanno preso parte **circa 200 persone** – si è aperto con l'Assemblea Generale dell'EVA che ha discusso sulle attività più importanti svolte nel 2019. Gli argomenti sfidanti per il nostro settore sono stati spiegati in dettaglio, compresi i nuovi requisiti previsti dalla Direttiva UE sui servizi di pagamento, i regolamenti per la progettazione ecocompatibile e l'etichettatura energetica e la direttiva sulle materie plastiche monouso. È stato anche presentato il nuovo **"libro bianco" sull'Office Coffee Service (OCS)** che fornisce utili consigli sul business del monoporzionato.

I membri dell'EVA hanno anche votato il **nuovo comitato esecutivo per il periodo 2019-2021**, con **Paolo Ghidotti di Evoca Group** rieletto per un secondo mandato come **presidente dell'EVA**, Maurits de Jong come tesoriere, Javier Arquerons e Christian Mengus come vicepresidenti.

"Il Vending vive un buon momento in Europa e questo è dimostrato dai dati dell'ultimo rapporto dell'EVA – ha detto Ghidotti – . Il ruolo dell'associazione è

quello di difendere gli interessi della Distribuzione Automatica a livello comunitario. Per questo è molto importante poter godere del contributo e del sostegno di tutti i nostri 120 membri ed essere proattivi. Continueremo a rappresentare la voce del Vending nelle istituzioni europee a Bruxelles". A tale riguardo, il direttore generale dell'EVA, **Erwin Wetzel**, ha annunciato che verrà organizzato un evento al Parlamento europeo all'inizio del 2020 per promuovere il settore.

Dopo l'Assemblea, l'**ex arbitro internazionale, Pierluigi Colina** ha tenuto una conferenza su come prendere decisioni sotto pressione e su motivazione e gestione dei conflitti, utilizzando parecchi aneddoti della sua luminosa carriera.

Prima della cena di gala, **Nayax e Ingenico** hanno presentato le loro soluzioni per il pagamento elettronico nel Vending, in due sessioni commerciali di 15 minuti l'una. La serata di

gala ha avuto un tono celebrativo e sono stati premiati i membri fondatori dell'EVA – vale a dire le associazioni britannica (AVA), italiana (CONFIDA), tedesca (BDV) e francese (NAVSA). **AVA e CONFIDA** sono stati festeggiati anche per i rispettivi 90 e 40 anni di fondazione.

Presenti a Baveno molti ex presidenti EVA e figure chiave che hanno guidato l'Associazione in questi 25 anni.

Premiate anche alcune innovazioni di settore con il riconoscimento **"Image of**

Presidenti dell'EVA

1994 - 1999	David Hoskin
2000 - 2002	Pierre Pernet
2003 - 2003	Roger Williams
2004 - 2007	Augusto Garulli
2008 - 2013	Arnaud van Amerongen
2013 - 2017	Jan Marck-Vrijlandt
2017 -	Paolo Ghidotti



Il nuovo direttivo dell'EVA con una forte presenza di italiana grazie a Michele Adt (Confida), Davide Celin (Lavazza), Massimo Daolio (Flo), Paolo Ghidotti (Evoca), Alberto Givoni (Brita), Antonio Tartaro (IVS).





Vending 2019". I vincitori sono stati votati dai partecipanti stessi all'evento di Baveno tramite un'app:

- ✓ **Concept dell'anno: MicroMarket Foodie's di Selecta;**
- ✓ **Macchina dell'anno: Ducale City 300 TT di Evoca;**
- ✓ **Sistema di pagamento dell'anno: SELF/2000 End2End di Ingenico.**

Giovedì 17 ottobre, grazie alla posizione strategica di Baveno, i partecipanti hanno potuto prendere parte alle visite aziendali in **Evoca e Lavazza**. È stato anche proposto un tour culturale delle isole Borromee.

Le celebrazioni per i 25 anni dell'EVA sono state supportate da un largo numero di partner che hanno presentato le loro soluzioni per il Vending: Evoca Group, 365 Retail Markets, Ingenico, Oti Europa, Lavazza, De Jong Duke, Brita Italia, Nayax, Worldline, Suzohapp, Coffee&Drink System, Dr. Suwelack, Azkoyen/Coges, Paytec, Vendotek.

L'EVA comunica che l'European Vending Experience (EVEX) tornerà l'anno prossimo **dal 16 al 18 settembre 2020 a Cracovia, in Polonia**, in collaborazione con la Polish Vending Association (PSV). Sarà la prima volta che EVEX si terrà in Europa centro-orientale.

IVS ENTRA NELL'EVA

IVS ha ufficializzato la sua iscrizione come **"membro diretto"** all'European Vending&Coffe Service Association. IVS è il più grande operatore in Italia con **oltre 60 filiali** e il secondo in Europa con una presenza significativa in **Spagna, Francia e Svizzera**.

Le prime macchine installate risalgono al **1971** e oggi il gruppo gestisce, attraverso **3.000 dipendenti**, un totale di **180.000 distributori automatici** ed è quotata alla Borsa italiana dal 2012.

ANTITRUST: RIDOTTA LA SANZIONE A CONFIDA

Associazione Italiana Distribuzione Automatica

Il **Consiglio di Stato**, con la **sentenza n. 6023 del 2 settembre 2019**, aveva accolto in parte il ricorso in appello proposto da Confida in merito alla vertenza sulla **presunta intensa concorrenziale** restrittiva del mercato tra alcune delle più grandi imprese di gestione italiane che avrebbe coinvolto, secondo l'**Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)**, anche l'Associazione di categoria. In particolare, il Consiglio di Stato, valorizzando le tesi difensive di Confida sul **"quantum" della sanzione**, aveva chiesto all'AGCM di ridefinire la sanzione in quanto:

- ✓ con riferimento all'entry fee, inizialmente applicata dall'AGCM nella misura del 15% del valore delle vendite, il materiale probatorio prodotto dall'Autorità era privo di **"specifiche motivazioni"** che avrebbe potuto giustificare tale importo;
- ✓ in relazione alla mancata applicazione di circostanze attenuanti, **"il provvedimento è carente di adeguata motivazione perché non tiene conto dell'effettiva condotta di collaborazione tenuta dall'Associazione e in generale del ruolo complessivo da essa svolta"**.

Su tale assunto, il Consiglio di Stato ha ritenuto **"necessaria una riduzione del 10% della sanzione irrogata"**. L'AGCM, con la delibera pubblicata il 21 ottobre 2019, ha pertanto ridotto del 10% la sanzione prevista per Confida.

RUBIO FLEITAS RIELETTO PRESIDENTE ANEDA

All'Assemblea Generale di **Aneda** (l'associazione spagnola del Vending), che si è tenuta a Valencia il 28 giugno, è stato rieletto come presidente per il prossimo quadriennio **Raúl Rubio Fleitas della AMFM**, una società di gestione di Gran Canaria che appartiene a Alliance Vending. Rubio sarà assistito nel direttivo da Juan Luis Hernández di Sanven, **Alejandro Ortuño di Sandenvendo**, Francesc Guèll di TCP Netgrup, José Miguel Lanzagorta di Iparvending, **Luis Amo Hurtado di Coges** e Carlos Sánchez Perez di Easy Vending.

All'assemblea ha fatto seguito la **"Noche del Vending"** nel bellissimo edificio **"Veles e vents"** nel porto di Valencia con vista sull'ex circuito di Formula 1.





LE CAPSULE COMPATIBILI CON LE MACCHINE AD USO DOMESTICO LAVAZZA® A MODO MIO® DA OGGI COMPOSTABILI

Dopo il successo di Èspresso1882, si amplia l'offerta di Caffè Vergnano "buona per l'ambiente": anche le capsule compatibili con le macchine A Modo Mio®, da oggi, sono compostabili e smaltibili nella raccolta differenziata dell'umido senza bisogno di separare l'involucro dal caffè.



5 miscele: Napoli, Intenso, Cremoso, Arabica e Decaffeinato.

www.caffevergnano.com

La scuola con distributori ecosostenibili

B.P.F., Bonfa Plastic Free, è il “marchio” di eco-compatibilità e attenzione per l’ambiente che l’ISS “Bonfantini” di Novara ha messo in campo per la pausa caffè. Il progetto ha il marchio di sostenibilità certificata PIUINFORMA®

L’ISS Bonfantini è il primo istituto italiano ecosostenibile. Da metà ottobre in tutte e tre le sedi del polo scolastico di Novara sono a disposizione, infatti, di alunni e docenti dei **distributori di bevande e snack di ultima generazione attenti alla salute e all’ambiente**. I nuovi apparecchi, oltre a offrire una scelta di prodotti aderenti a criteri di **sana ed equilibrata alimentazione**, sono dotati di erogatore d’acqua microfiltrata che **riduce sensibilmente lo spreco di plastica**, poiché gli utenti possono riempire gratuitamente borracce e bottiglie riutilizzabili. L’acqua in contenitori di plastica rimane, comunque, a disposizione delle persone, ma viene erogata a un prezzo più alto proprio perché il fine ultimo della scuola è quello di eliminarle completamente. Compare, inoltre, un **comodo ed ecologico compattatore** per ricic-

clare e guadagnare dal recupero della plastica.

Il Bonfantini, aderendo ai **principi dell’Agenda 2030** in merito allo sviluppo sostenibile, diventa, quindi, a pieno titolo il primo istituto superiore italiano a utilizzare la Distribuzione Automatica ecosostenibile.

“Un istituto agrario deve essere in prima linea a raccogliere la sfida per il futuro dei nostri giovani – dichiara il dirigente scolastico, prof. Vincenzo Zappia – e la nostra scuola si sta muovendo in tal senso a partire da questi piccoli progetti per passare, poi, attraverso la didattica, alla sensibilizzazione sui temi ambientali e a un nuovo modo di concepire il tempo a scuola. Ci si riferisce, in particolare, alla sperimentazione dell’Agenda 2030 che riguarda tre classi prime dell’istituto”.

Il Bonfantini sta, dunque, inseguendo una sua **identità “green”** che si



traduce in azioni concrete e in una “mission” ben precisa volta non solo a formare ma soprattutto a educare i propri studenti a una coscienza condivisa e a un nuovo sguardo verso se stessi e l’ambiente. Si tratta, pertanto, di accompagnarli in un percorso di crescita che mostri loro come affrontare in modo attivo i problemi e gli interrogativi di un futuro che dovrà basarsi solo su sistemi ecosostenibili.

Fonte: “La Voce di Novara”



LA FIRMA DI PIÚINFORMA®

A curare il programma di Vending ecosostenibile del Bonfantini è stata l'associazione **PIÚINFORMA®** (www.associazionepiuinforma.org) che grazie al suo format identifica la "Distribuzione Automatica Sostenibile" a tutto tondo. Frutto dell'esperienza del suo fondatore, **Claude Bontorin**, l'Associazione negli anni ha stretto numerose partnership con importanti fabbricanti e produttori che condividono gli stessi valori e ripongono grande attenzione alle conseguenze che i loro prodotti hanno sulla salute dei consumatori e dell'ambiente.

Le aziende e gli enti che aderiscono al programma **PIÚINFORMA®** accreditano la propria immagine, riducendo, di fatto la loro impronta ambientale.

*"Il risultato ottenuto presso il "Bonfantini" è frutto di **8 anni di lavoro** del nostro staff volto a ottenere una radicale trasformazione delle attuali proposte di Vending – spiega il presidente di PIÚINFORMA, Claude Bontorin –. Si tratta di un passo es-*



*senziale per ridurre l'impronta ecologica dei singoli e rappresenta un miglioramento dello stato di salute dei cittadini partendo dai soggetti "più sensibili": i giovani. Le nostre **linee guida** che hanno ispirato l'istituto nella redazione del bando di gara sono ora realtà. Ci tengo a ringraziare l'**azienda Click Caffè**, che si è*

*aggiudicata l'appalto, per la coerenza dimostrata sia nella realizzazione dell'area break sostenibile marchiata PIÚINFORMA®, sia per la qualità dei prodotti messi in distribuzione. **Il nostro programma è già sul tavolo del MIUR** e dal prossimo anno tutto il processo di PIÚINFORMA® sarà certificato".*

SUZOHAPP

Un unico Partner,
un'offerta completa.



Scopri la nostra gamma su suzohapp.com/oem

SCAN COIN

COINCO

currenza C²

Comestero

VisionPro™

elo

Giusani

RFTech

Velda, giovane e forte: vola il fatturato

La rivendita campana della famiglia Esposito è il classico caso ben riuscito di azienda territoriale capace cioè di capire e soddisfare le richieste di un mercato ancora molto frammentato. Prodotti e servizi per tutte le tasche. I ricavi a +60% nell'ultimo anno



Daniele Esposito e Diego Carrano

Ordine, pulizia e organizzazione. Serietà ma anche simpatia e complicità. È un'aria frizzante e positiva quella che si respira visitando il **deposito da 480 mq** della Velda a Casoria, nell'hinterland di Napoli. La rivendita campana, fondata nel 2012 dalla famiglia Esposito – imprenditori già affermati sul mercato del Vending regionale grazie alla gestione Espresso Uno Più – cresce con passo sicuro, assecondando le richieste di un mercato, quello del Sud Italia, ancora molto frazionato,

fatto di tante realtà indipendenti che cercano in una rivendita un "collega" di lavoro reattivo alle novità e preparato professionalmente oltre che ben rifornito di macchine e prodotti. In Velda **lavorano 9 persone** e il fatturato – che nel 2018 ha raggiunto i 4 milioni di Euro con una crescita del 60% rispetto al 2017 (e nell'anno in corso tale cifra è già stata superata...) – è **la cartina al tornasole dell'ottimo stato di salute** di questa azienda "territoriale" che nello studio delle "Top Rivendite-2017" di

VM risultava tra le migliori come indici finanziari.

A rispondere alle domande della nostra redazione sono **i fratelli Esposito – Ciro, Daniele, Fabio e Luigi – i "condottieri" di Velda.**

Come si è evoluta la Velda in questo periodo di tempo relativamente breve ma durante il quale il Vending ha vissuto parecchi cambiamenti?

Velda nasce circa 7 anni fa con l'intento di soddisfare le esigenze del piccolo gestore. Un piccolo gestore deve sempre dare un seguito veloce e positivo alle richieste dei propri clienti. Velda sa bene che un piccolo operatore non accetta di non trovare un prodotto in giacenza, non accetta di non trovare un ricambio in giacenza, non accetta lunghe file di attesa. Oggi gli investimenti della Velda sono tutti orientati alla riduzione di queste potenziali criticità che incidono pesantemente nella scelta dei fornitori da parte del gestore.

Napoli vuol dire caffè: tante torrefazioni, grande concorrenza. Come riuscite a fare una corretta gestione dei marchi che rappresentate?

Siamo una rivendita e seguiamo, semplicemente, l'andamento del mercato attuale, provando anche ad anti-



cipare quello prossimo grazie alla nostra esperienza diretta nella gestione attraverso la Espresso Uno Più.

Sappiamo che i clienti si distinguono in "molto esigenti", "ordinariamente esigenti" e "attenti solo al prezzo più conveniente". Da qui, anche per motivi logistici, sia nostri che delle gestioni, limitiamo la proposta a un numero di marchi predefiniti, senza mettere in piedi bazar o mercati.

Anche in Campania si sta assistendo, come in altre parti d'Italia, a una concentrazione del mercato delle gestioni?

Il numero dei clienti serviti da Velda è pressoché stabile; non crediamo che esistano altri margini d'entrata per nuovi gestori, al netto di un fisiologico turnover.

Siamo orientati a lavorare con gestioni OCS e gestori vending di medio/piccole dimensioni con forti motivazioni e che trovano in Velda un partner perfetto che permette loro di "resistere" all'urto dei Grandi Gruppi nazionali.

Il magazzino è il "cuore pulsante" di una rivendita. Quanto investite nell'efficienza della logistica?

Velda è una giovane rivendita, scelta da importantissime torrefazioni e fabbricanti di macchine (tra gli altri Kimbo, Caffè Borbone, Bianchi Vending Group) con le quali riesce a fare

da sempre un lavoro eccellente sia in termini di fatturato che di qualità di prodotti e servizio.

L'enorme numero di sistemi OCS presenti oggi sul mercato, aggravato dall'ormai sconfinato numero di referenze offerte da ogni singola azienda, fanno sì che una rivendita debba impegnare ampi spazi per ospitare una così vasta scelta di prodotti e debba adottare, quindi, gestionali molto complessi. Per quanto riguarda Velda un grosso vantaggio è dato dalla vicinanza ai siti produttivi dei torrefattori, poiché facilita gli arrivi giornalieri che vengono limitati a esigenze di brevissimo periodo, riducendo, in questo modo, al massimo sprechi e prodotti in scadenza.

In tutto oggi a magazzino, esclusa la parte ricambi, abbiamo a disposizione oltre 400 referenze.

Siete rivenditori anche per Ho.Re.Ca. e negozi specializzati?

Sì, operiamo a 360 gradi e non abbiamo problemi a servire entrambi i canali. Notiamo un forte interesse da parte di gestori nel cogliere le opportunità di differenziare la loro attività con negozi automatici o specializzati nel caffè.

Nel contempo siamo consapevoli che la loro esponenziale diffusione saturerà presto il mercato e renderà, perciò, meno appetibile l'investimento, ad eccezione di quei micro-operatori



che solitamente tendono a utilizzare il negozio anche come sede (deposito, ufficio, officina) per la propria gestione tradizionale.

Come riuscite a barcamenarvi col fatto che la Velda fa parte di un gruppo di gestione, la Espresso Uno Più, concorrente sul mercato dei vostri clienti?

La risposta, forse anche scontata, è che fare rivendita significa accettare dei compromessi. Se sei un rivenditore non vai a fare concorrenza a chi la tua rivendita l'alimenta. Nel caso, invece, veniamo a sapere che una certa azienda ha deciso categoricamente





di cambiare il suo gestore, lealmente ci facciamo avanti anche se la controparte è un nostro cliente.

Fate anche assistenza tecnica e offrite consulenza burocratico/amministrativa e finanziaria?

Il nostro è un servizio onnicomprensivo. Siamo concessionari del software Ziwi della Sistemi Vending attraverso cui facciamo, soprattutto per i clienti, più piccoli, formazione e supporto sull'invio dei corrispettivi all'Agenzia delle Entrate.

Offriamo un'assistenza tecnica completa, sia telefonica che in loco, perché essa rappresenta un sostegno necessario sia per il gestore medio/piccolo, solitamente poco strutturato, sia per negozi specializzati che vogliono supportare i propri clienti pur non avendo officine dedicate.

Avete problemi con i pagamenti?

Bella domanda. Diciamo che è praticamente impossibile, al giorno d'oggi, non avere problemi con i pagamenti. Cerchiamo di ponderare i crediti secondo i livelli di affidabilità e credibilità che il gestore si è guadagnato nei nostri confronti nel tempo. Limitiamo il credito al potenziale di consumo periodico del cliente e ci diamo dei punti fermi oltre i quali non si va. Una rivendita concorren-

te non perderà mai un cliente perché Velda offre dei pagamenti di più lungo respiro. Non facciamo concorrenza su queste cose.

Può esistere un futuro sostenibile per le rivendite del Vending?

Dividerei la questione in due "sotto domande". Esisteranno ancora i gestori OCS? Rispondiamo sinceramente: solo coloro che faranno veramente qualità e riusciranno a portarsi a casa quella fetta di clientela che vuole un servizio completo e professionale. Per chi lavorerà così ci sarà un futuro importante. Altrimenti il mercato del porzionato è destinato a finire in mano alla Grande Distribuzione e al negozio sotto casa. Il prezzo irrisorio dei sistemi è spesso un incentivo per il consumatore verso l'acquisto di macchine "usa e getta" a discapito della riparazione. Ma se una macchina vale e fa un ottimo caffè nessuno si sognerà di buttarla al primo guasto. È il gestore che deve sapere "vendere qualità".

In un Vending popolato da distributori automatici sempre più tecnologici e da clienti sempre più pretenziosi, è ovvio che i piccoli gestori faranno fatica a competere e ci sarà una sempre maggiore parcellizzazione del mercato nei Grandi Gruppi. Le rivendite saranno costrette ad am-

pliare gli spazi espositivi e logistici, causa l'aumento delle offerte in prodotti e macchine, ma ancor più dovranno avere personale fortemente specializzato. Riteniamo, addirittura, che verrà richiesta la presenza in assistenza di personale di formazione ingegneristica.

Pensiamo che nel lungo periodo la rivendita non offrirà più prodotti ma esclusivamente servizi essenziali alla sopravvivenza delle piccole/medie gestioni.

In che modo?

Sicuramente garantendo tutti quei servizi atti a porre i piccoli/medi gestori nelle condizioni di poter competere con i Grandi Gruppi. Ad esempio: creando condizioni per acquistare beni e servizi per tutti i gestori interessati a entrare in un gruppo d'acquisto; creando un centro per per l'assistenza finanziaria/burocratica; creando un centro assistenza tecnica altamente specializzato; creando corsi inerenti a tutto ciò che riguarda il Vending; organizzare eventi "sociali" atti a gettare le basi per una concorrenza più seria e redditizia sul mercato.

Sostanzialmente per noi la rivendita del futuro sarà un erogatore di servizi e soluzioni.

CIALDE COMPOSTABILI **KIMBO**, BUONE PER IL PIANETA.



CIALDE COMPOSTABILI
Si smaltiscono nell'organico



Da oggi la pausa caffè in ufficio piace anche all'ambiente: le cialde compostabili Kimbo, certificate OK Compost dall'ente TUV Austria, sono fatte per essere smaltite direttamente nell'organico. Scopri la linea completa, con i gusti Napoli, Intenso, Armonia, Decaffeinato e Gourmet.

KIMBO[®]
L'espresso di Napoli

Contattaci al numero 081/7011200 o scrivi una mail a vending@kimbo.it

FERRERO PUNTA SUI BISCOTTI

FERRERO

Ferrero vuole diventare leader nel settore dei biscotti grazie al lancio dei **Nutella Biscuits**. Il suo obiettivo è di arrivare a **80 milioni di vendite all'anno** superando di gran lunga i **15 milioni di Euro** previsti solitamente dal lancio di nuovi prodotti. Si parla di un progetto di vendita di più di **25 milioni di unità**. In pratica Ferrero prevede che 1 italiano su 2 compierà i biscotti. A dirlo è **Alessandro D'Este**, amministratore delegato di Ferrero Italia, durante un'intervista al quotidiano "La Stampa". Ferrero ha puntato **120 milioni di Euro di investimenti** in tal senso. Secondo D'Este il settore dei biscotti è strettamente affine a quello già esistente dell'azienda: utilizzando l'esperienza e le capacità già acquisite, ci sono ampi margini di crescita. D'Este poi ha sottolineato come **la Ferrero abbia in mano il 40% del mercato della pasticceria di cioccolato**, mentre possiede il 17% del dolce confezionato. Entrare nel settore dei biscotti è logico per Ferrero: in Italia questo segmento rappresenta, infatti, il 20% del mercato dei dolci confezionati. D'Este ha anche evidenziato un fatto paradossale: in Italia il mercato della cioccolata è, in realtà, molto più piccolo rispetto ad altri Paesi, mentre è quello dei biscotti che va per la maggiore. Ma i Nutella Biscuits saranno solamente un punto di partenza. La Ferrero, oltre ad aver già lanciato un biscotto Kinder, ha intenzione di **sviluppare in Italia anche la linea della pasticceria fine** dell'azienda belga Delacre, acquisita 3 anni fa. Per quanto riguarda i Nutella Biscuits, sarà lo **stabilimento di Balvano, provincia di Potenza**, a produrli. Per questo sono state assunte 150 persone. D'Este ha anche rivelato che **non saranno presenti linee per discount a prezzi più bassi**. Questo perché la Ferrero intende partire dalle migliori materie prime e dai migliori procedimenti industriali. Questo modo di gestire i nuovi prodotti fa sì che ci possano volere anche anni per la loro gestazione, cosa che è accaduta con i Nutella Biscuits.

FERRERO SPOSA LA SOSTENIBILITÀ

Rendere tutti gli imballaggi al **100% riutilizzabili**, riciclabili o compostabili **entro il 2025**. È l'obiettivo che si pone il **Gruppo Ferrero di Alba**, che firma il "**New Plastics Economy Global Commitment**" promosso dalla Ellen MacArthur Foundation. Il nuovo impegno relativo al packaging, si sottolinea in una nota del gruppo, "*rafforza l'approccio Ferrero al miglioramento continuo degli imballaggi e si inserisce nella strategia volta a ridurre al minimo l'impatto ambientale, partendo dalle materie prime, passando per gli impianti produttivi e la logistica, lungo l'intera catena del valore*". Con la firma del "New Plastics Economy Global Commitment", Ferrero, "*vuole giocare un ruolo attivo e concreto impegnandosi inoltre ad eliminare gli imballaggi in plastica problematici o superflui attraverso la riprogettazione, l'innovazione e nuovi modelli di delivery*". Per raggiungere l'obiettivo, Ferrero coinvolgerà l'intero gruppo, i fornitori e i partner. Gli investimenti in "**Open Innovation**", così come il lavoro in partnership, guideranno la strategia Ferrero per eliminare gli imballaggi in plastica superflui, senza compromettere la qualità e la freschezza dei suoi prodotti. Per potenziare le iniziative locali di riciclaggio dei rifiuti degli

impianti, Ferrero sta collaborando con diversi attori, riciclatori, sistemi nazionali di gestione dei rifiuti, aziende non alimentari, per esplorare applicazioni per strutture di imballaggio difficili da riciclare, identificare progetti per utilizzare i rifiuti da imballaggi degli impianti produttivi e **per garantire la circolarità al minor impatto ambientale possibile**. Infine, per colmare le lacune dei sistemi di raccolta post-utilizzo, Ferrero fornirà ai consumatori informazioni sul corretto smaltimento, insieme ai consigli per la scomposizione dell'imballaggio e il suo riciclaggio.

Fonte: "La Repubblica"

IL BOND DI ILLIRIA E SIGMA



Gruppo Illiria e Sigma hanno emesso il loro primo bond nell'ambito del **Programma Intesa Sanpaolo Basket Bond**, in partnership con Elite. Intesa Sanpaolo sta infatti lavorando a un programma di emissioni di basket bond in più tranche per un **valore complessivo di 1 miliardo di Euro**, che potrebbe coinvolgere sino a 200 PMI emittenti. Tra le prime PMI ad aderire al basket bond vi sono **Gruppo Illiria** (con un bond da 10 milioni di Euro) e **Sigma** (con obbligazioni da 3 milioni di Euro ciascuna). La strutturazione delle operazioni è affidata a Banca Imi, la investment bank del gruppo Intesa Sanpaolo, e le obbligazioni saranno interamente sottoscritte da Intesa Sanpaolo che, successivamente, potrà collocare il rischio sul mercato. Per lanciare il suo programma di basket bond, Intesa Sanpaolo ha scelto come partner **Elite Spa**, la piattaforma internazionale del London Stock Exchange Group che si propone di accelerare la crescita delle PMI attraverso un percorso di sviluppo organizzativo e di governance. In particolare la partnership prevede che le imprese aderenti al basket bond possano accedere alla Lounge ELITE Intesa Sanpaolo, il percorso che offre alle aziende un set di strumenti e servizi pensati per accelerarne lo **sviluppo organizzativo e manageriale** e per supportare il **reperimento dei capitali** favorendo la crescita e l'avvicinamento culturale delle imprese alle forme di funding disponibili, compresi i mercati dei capitali. Gruppo Illiria ha ricavi consolidati nel 2018 di **circa 53 milioni di Euro**. Sigma, con base a Napoli e con un **fatturato di circa 30 milioni nel 2018**, a sua volta si colloca tra i principali operatori del Vending con attenzione particolare al centro-sud Italia.

Fonte: "bebeez.it"



VAI CASHLESS CON SATISPAY!

Attiva il sistema **Satispay** sul tuo distributore e permetti a una community di oltre **650.000 utenti** di pagare in un **istante** dal proprio cellulare.



Puoi ricevere pagamenti Satispay anche con distributori automatici senza internet e display. Scrivici a: business@satispay.com

www.satispay.com

INTESA SANPAOLO ENTRA IN MATIPAY

Il Gruppo Intesa Sanpaolo entra, con un **investimento di 7 milioni di Euro**, nel capitale di MatiPay, startup Fintech fondata da **Matteo Pertosa** e nata nella divisione IOT di Sitael, facente parte del Gruppo Angel.



MatiPay ha sviluppato un nuovo sistema di pagamento che consente di **acquistare con cash servizi e prodotti online, utilizzando la rete fisica dei lettori di banconote e gettoniere delle vending machine**. Grazie a questa operazione, Intesa San Paolo si attende importanti sinergie nel canale mobile e nell'integrazione dei servizi di digital payment utilizzabili attraverso smartphone. Inoltre, la banca sarà in grado di allargare la propria offerta di servizi per la gestione del risparmio, attraverso l'integrazione con prodotti esistenti o lo sviluppo di nuovi.

I nuovi capitali raccolti da MatiPay consentiranno alla startup di accelerare la propria crescita nei **mercati internazionali di riferimento**, vale a dire Europa, Giappone e Usa, dove la presenza di vending machine è molto diffusa.

BRITA PARTNER DI "X FACTOR 13"



Accendere i microfoni per sensibilizzare il pubblico sull'inquinamento causato dalla plastica nel mondo. È questo l'obiettivo della **partnership tra BRITA e X Factor**, il talent show prodotto da Fremantle e in onda su Sky Uno.

È stato installato all'interno del **Loft** – il luogo in cui i concorrenti vivono durante i "live" del programma – il **dispenser filtrante Mod. Top15**, erogatore di acqua filtrata BRITA, insieme ad alcune caraffe filtranti.

I concorrenti in gara verranno coinvolti nella realizzazione di **12 video/pillole** con l'intento di informare e sensibilizzare il pubblico circa i danni provocati dall'abbandono dei rifiuti di origine plastica negli oceani. Le pillole verranno veicolate tramite i **canali social di BRITA e di X Factor**.

MARCO TRAVAGLIA AI VERTICI DI NESTLÉ



Dal 1° ottobre 2019 è **Marco Travaglia** il nuovo presidente e **amministratore delegato Italia e Malta** per il Gruppo Nestlé. Marco, classe 1964, laureato in Giurisprudenza, attualmente business executive officer Nestlé Purina PetCare Southern Region, è entrato nel **Gruppo Nestlé nel 1990** e ha ricoperto ruoli manageriali di crescente responsabilità in diversi Paesi e all'interno di svariate funzioni dell'azienda: dal marketing alle vendite.



Marco Travaglia

Forte di una proficua **carriera internazionale**, Travaglia è rientrato in Italia nel 2003 per guidare la divisione Alimentari e Bevande di Nestlé Italiana nel ruolo di direttore generale, contribuendo alla crescita del business. Successivamente, dal 2010 al 2013 ha potuto svolgere, con base a Zagabria, il ruolo di **Ceo Nestlé per i Paesi della ex-Jugoslavia**, dove ha avviato un importante processo di trasformazione del Gruppo con notevoli successi che lo hanno portato a ricoprire il ruolo attuale all'interno della categoria PetCare, ampliando la sua responsabilità a tutti i mercati del Sud Europa, Middle East e Nord Africa.

Leo Wencel, Presidente e Ad Italia e Malta dal 2009, resterà nel board di Nestlé Italiana.

Green evolution



DAL
1978

la paletta naturale

in legno di faggio e betulla



www.nisisrl.com - Tel. 031 480591

NUOVO DIRETTORE VENDITE PER EVOCA UK



Craig Jukes

Craig Jukes è il nuovo direttore vendite per **Regno Unito e Irlanda** di Evoca UK, il cui portafoglio marchi comprende Necta, Wittenborg, Gaggia Milano e Saeco.

“Sono convinto – ha dichiarato Jukes – che dovremo lavorare ancora di più per soddisfare le esigenze dei nostri clienti e riconoscere la velocità con cui il mercato sta cambiando. Comprendendo chi sono i consumatori, quali sono le loro esigenze e come possiamo aggiungere valore a ciò che chiedono a una pausa break, rafforzeremo il nostro ruolo di leader di mercato”.

CAFFÈ BORBONE A OPERA ON ICE 2019

Dopo il sold-out delle scorse edizioni in **“Arena” di Verona** e il successo televisivo di Natale su **Canale 5**, il 4 e il 5 ottobre è andata in scena la prima mondiale di **“Opera on Ice”**, lo show con i più grandi campioni di pattinaggio artistico che si esibiscono sulle arie più famose delle opere liriche.

Giunto alla sua nona edizione, lo spettacolo si è tenuto per la prima volta a **Roma**, all'interno del tempio dello sport italiano, il **campo “Centrale” del Foro Italico**, dove è stata allestita una pista di ghiaccio di **circa 800 metri quadri**.

Il quattro volte campione olimpico **Evgeni Plushenko** e le grandi stelle del pattinaggio hanno incantato il pubblico con le loro performance da brivido indossando costumi realizzati **“ad hoc”** per lo spettacolo.

Caffè Borbone “Presenting Sponsor”

Dopo i primi ballerini della Scala di Milano, la **“magica emozione di Caffè Borbone”** ha accompagnato anche i campioni di pattinaggio a **“Opera on Ice”**.

“Un marchio unico al fianco di uno spettacolo unico. La scelta di Caffè Borbone di abbinarsi alla prima mondiale di “Opera on Ice” risponde alla mission aziendale, alla costante ricerca di unicità, che vede ancora una volta Borbone al fianco di eccellenze – ha dichiarato Massimo Renda, fondatore e presidente operativo di Caffè Borbone – . Continua la ricerca della “magica emozione”, il nostro primo valore, che cerchiamo di sintetizzare in comunicazione utilizzando chi naturalmente, con il proprio talento, produce eccellenza”.



IL BICCHIERE IN MATER-B DI NOVAMONT

Arriva sul mercato il bicchiere per i distributori automatici di caffè e bevande calde termoresistente e compostabile in **conformità allo standard UNI EN 13432**. Realizzato in **Mater-Bi**, il bicchiere è riciclabile nei rifiuti organici come gli scarti alimentari è resistente, idoneo al contatto con sostanze alimentari e può contenere bevande fino a **70°** per due ore.

Un risultato reso possibile dalla **collaborazione tra Novamont e IMB**, azienda sannita specializzata nella produzione di stoviglie monouso biodegradabili e compostabili presente a HostMilano 2019.

“Il bicchierino ImBio – spiega Novamont in una nota – rappresenta un’alternativa sostenibile a quello in plastica tradizionale perché grazie alle sue caratteristiche di biodegradabilità e compostabilità può essere smaltito come rifiuto umido e avviato al compostaggio industriale, abbattendo, in modo rilevante, la quantità di rifiuti indifferenziati generata dai sistemi Vending. Sottrarre i manufatti monouso per il consumo di pasti e bevande e i residui alimentari alla discarica e all’incenerimento, avviandoli a digestione anaerobica e compostaggio, consente di ridurre le emissioni dirette di CO2 e di dare un contributo alla rigenerazione dei suoli. Il compost è, infatti, un ammendante in grado di apportare al terreno elevati benefici agronomici”.

Con il marchio **MATER-BI** Novamont produce e commercializza un’ampia famiglia di **bioplastiche**, biodegradabili e compostabili secondo lo standard **UNI 13432**, ottenute grazie a tecnologie proprietarie nel campo degli amidi, delle cellulose, degli oli vegetali e delle loro combinazioni.



INGENICO ITALIA: NUOVO AMMINISTRATORE DELEGATO

In ottica di una importante riorganizzazione interna e di cambiamento della governance aziendale, lo scorso 23 Settembre l’assemblea degli azionisti di **Ingenico Italia** ha nominato un nuovo Consiglio di Amministrazione che ha assegnato il ruolo di Amministratore Delegato della società a **Dario Scacchetti**. Classe 1974, Scacchetti è in Ingenico da gennaio 2019 come Sales, Marketing&Business Development Director e nel nuovo incarico si occuperà di coordinare tutte le attività della country italiana.

Sposato, con due figli, Dario Scacchetti è **ingegnere meccanico** con Master in Business Administration e ha maturato oltre 20 anni di esperienza in società di servizi su diversi settori, sia in Italia che all’estero, tra cui Accenture e Value Partners, Gruppo Atlantia, Vodafone Italia, Ansa e Qui!Group. Durante il CdA sono state conferite anche le nuove cariche di Presidente e di Consigliere, assegnate, rispettivamente, a Ian Benn e Guillaume Pascal.



Dario Scacchetti

ZANETTI COMPRA IN BRASILE



Massimo Zanetti Beverage Group si rafforza in Brasile. La torrefazione, quotata a Piazza Affari, ha rilevato (attraverso la propria controllata brasiliana) **Café Pacaembu**, realtà nota per il marchio Café Pacaembu. Con questa operazione il fatturato in Brasile del Gruppo sale a **130 milioni di reais** (circa 28,5 milioni di Euro).

“Il Brasile – spiega Massimo Zanetti, presidente e amministratore delegato del Gruppo – è un mercato interessante: oltre a essere il più grande produttore ed esportatore di caffè al mondo, è anche il secondo mercato per consumo interno, con tassi di crescita significativi. L’acquisizione di Café Pacaembu che, con oltre 60 anni di storia, rappresenta il caffè della tradizione brasiliana, consentirà al nostro gruppo di cogliere la rapida e positiva evoluzione prevista in Brasile”.

Fondato nel 1957, Café Pacaembu è stato recentemente premiato come miglior “extra forte” del Brasile. La società Café Pacaembu Ltda è dotata di uno stabilimento moderno per il **caffè macinato e le capsule**, con capacità produttiva elevata per far fronte alla crescente domanda di caffè in Brasile. L’attuale management e uno dei soci fondatori continueranno a gestire la società.

CAFFÈ TROMBETTA SI FA “GREEN”

Caffè Trombetta ha introdotto nel suo stabilimento una **nuova linea di produzione da 400 capsule al minuto** che si aggiunge alle due linee esistenti. Le capsule, confezionate singolarmente in atmosfera protettiva con un sacchetto speciale, garantiscono una conservazione ottimale del prodotto nel tempo, mantenendo intatto l’aroma e il profumo del caffè macinato appena tostato. Questo investimento oltre ad aumentare la capacità produttiva, consente a Trombetta di migliorare la qualità del prodotto attraverso sofisticati controlli in linea.

*“Tra le sfide che l’azienda si è proposta di affrontare – afferma Giorgio Trombetta, AD di Caffè Trombetta – c’è il tema della **sostenibilità ambientale**. Abbiamo di recente effettuato un importante investimento per una nuova tostatrice che ci consentirà di ridurre sensibilmente le emissioni in atmosfera. Prioritario, inoltre, è lo sviluppo di possibili soluzioni legate all’utilizzo di capsule di materiale compostabile o alla raccolta e riciclo delle capsule usate”.*



COSTA COFFEE INTERCONNESSA

Costa Coffee, la catena di caffè di **Coca-Cola Company**, ha annunciato la sua partnership con **Eseye**, uno specialista in connettività **IoT industriale** con sede nel Regno Unito, che consentirà a Costa di implementare distributori automatici abilitati all’IoT (Internet of Things) in tutto il mondo.

Grazie alla raccolta di dati in tempo reale e al servizio IoT, Costa Express potrà monitorare meglio le macchine e **ridurre i tempi di fermo**. La tecnologia IoT di Eseye aiuterà Costa a far evolvere le vendite di caffè al dettaglio e a sviluppare un vantaggio competitivo in un mercato in cui l’offerta è ormai saturata di prodotti.

Costa Coffee ha equipaggiato le sue macchine per caffè espresso con la **SIM multi-IMSI** di Eseye AnyNet, che si collega istantaneamente a qualsiasi rete mobile disponibile presso la locazione della macchina, consentendo così l’attivazione e l’invio veloce dei dati mobili e la **comunicazione immediata con il sistema centrale**.



COCA-COLA HBC SOSTENIBILE



Il **Dow Jones Sustainability Index 2019** – punto di riferimento globale per la sostenibilità nelle aziende – ha valutato **Coca-Cola HBC** l'azienda beverage più sostenibile d'Europa. Questa è la sesta volta in 7 anni che la multinazionale viene posizionata al primo posto nell'indice e il nono anno consecutivo che è presente nella "Top 3" tra le aziende beverage mondiali. Il massimo del punteggio in 11 categorie e miglioramenti significativi in altre 9 hanno contribuito a un punteggio complessivo di 90, che ha posizionato Coca-Cola seconda nella classifica globale.

Risultati di sostenibilità 2018 che hanno contribuito al punteggio di Coca-Cola:

- ✓ **Ridotte le emissioni di carbonio** nella catena del valore del 25% (comparato con il 2010): 2 anni prima del 2020, la deadline che l'azienda si era data come target. Risparmiati 1,27 milioni di tonnellate di emissioni di carbone;
- ✓ Raggiunto un **livello di engagement** tra i dipendenti dell'88%, sopra la media delle aziende del FTSE 100;
- ✓ Il 37% dei ruoli manageriali sono ricoperti da donne e l'obiettivo è di arrivare al 50% entro il 2025;
- ✓ Il 98% di 3.327 milioni di Euro di investimenti è stato indirizzato a fornitori locali;
- ✓ Investiti 7,9 milioni in progetti per le comunità;
- ✓ Ridotta del 22% la quantità di acqua utilizzata nei processi produttivi;
- ✓ Recuperato il 45% del **packaging primario** immesso nel mercato per riciclarlo.

Nel 2018, in Italia:

- ✓ Il 79% dell'energia totale utilizzata proviene da fonte rinnovabile e pulita;
- ✓ Rispetto al valore del 2010, le emissioni gas a effetto serra per litro di bevande prodotte si sono ridotte di circa il 38%;
- ✓ Ridotto il **peso delle bottiglie** in PET del 14% rispetto al 2010;
- ✓ Ottimizzati gli imballaggi secondari riducendone il peso di oltre il 50% negli anni;
- ✓ Solo nel 2019 donate 116 tonnellate di bevande al Banco Alimentare.



**Dow Jones
Sustainability Indexes**

IL CALENDARIO 2020 DI LAVAZZA



Maestro delle immagini d'autore tra i più importanti della scena contemporanea, **David LaChapelle** firma il nuovo appuntamento con la grande fotografia di Lavazza e segna un'ulteriore evoluzione nella storia dello storico calendario della torrefazione torinese.

Il **fotografo statunitense** torna per la terza volta a collaborare con Lavazza e lo fa attraverso un racconto per immagini incentrato sulla bellezza della natura, ideato e realizzato sotto la direzione artistica dell'agenzia Armando Testa.

Per il 2020 Lavazza ha scelto di omaggiare la natura con **"Earth CelebrAction"**, progetto che racchiude il desiderio di celebrare il potere della bellezza unita all'idea dell'azione, al coinvolgimento che ogni essere umano può agire in prima persona in difesa dell'ambiente. LaChapelle ha interpretato il tema mettendo in scena un **racconto simbolico**, dove gli elementi primari del fuoco, dell'acqua, della terra e dell'aria si combinano alla presenza dell'uomo, inserito in scenari naturali emozionanti.

Con il calendario 2020, Lavazza conferma l'attenzione ai **temi della sostenibilità** e del futuro del pianeta.



STA LANCIA LA TORREFATTRICE RBL

STA Impianti, azienda bolognese specializzata nella progettazione e costruzione di macchine e impianti per la tostatura di caffè, lancia sul mercato **RBL 15**, unità pensata per la torrefazione di Specialty Coffee, lotti di produzione ridotti o come macchina da laboratorio.

RBL nasce in risposta alle esigenze di laboratori e torrefazioni di piccole/medie dimensioni, fungendo anche come piattaforma per lo **sviluppo di curve di tostatura da replicare su macchine di maggior capacità produttiva**. RBL è, quindi, in grado di realizzare lotti "pilota", testando le condizioni ottimali per la tostatura di differenti tipologie di caffè, così da predisporre i parametri per trattare medi o grandi lotti produttivi su macchine di maggior capacità, quali le serie Futura e Millennium prodotte dalla stessa STA.

RBL 15 è configurabile con una serie di gruppi in grado di incrementarne le potenzialità. Tra gli altri, un contatore per il consumo di gas, in grado di fornire in tempo reale **precisi valori sul rendimento energetico**,

software di controllo per l'impostazione dei parametri ottimali e inverter per il controllo e la regolazione della velocità nella fasi di rotazione del tamburo e aspirazione del calore. Tra le torrefazioni che hanno già deciso di dotarsi di RBL ci sono **Caffè Morettino, Dicaf e Caffè Griso**.



PER CAFFÈ GIOIA DUE STELLE AL "SUPERIOR TASTE AWARD"

Si è svolta presso il "Théâtre Royal des Galeries" di Bruxelles la premiazione dei prodotti e delle aziende che hanno ricevuto il "Superior Taste Award", riconoscimento attribuito dall'International Taste Institute di Bruxelles.

Solo i prodotti che ottengono alti punteggi degustativi ricevono il "Superior Taste Award" dopo un'attenta analisi e **degustazione "alla cieca"** dei prodotti selezionati da parte di circa 200 chef e sommelier internazionali.

L'International Taste Institute nel corso degli anni ha testato **oltre 15.000 prodotti**. Quest'anno sono stati certificati 1.885 prodotti nei settori food&drink.

In quest'ultima edizione la **Caffè Gioia** ha presentato alla prestigiosa giuria il **caffè biologico 100% arabica monorigine peruviano** della linea Caffè Gioia Organic, totalizzando un punteggio tale da raggiungere le 2 stelle su 3.



SEI UN COMMERCIALE "SOSTENIBILE"?

PIÙINFORMA®

TI CERCA!!!

"ANTICIPIAMO IL FUTURO"



PIÙINFORMA
#SUSTAINABLESERVICES

Il nuovo brand di Gedac

La gestione toscana rinnova il proprio marchio fedele alla sua visionaria filosofia aziendale fatta di innovazione, qualità e attenzione ai cambiamenti del Vending

È il consumatore il vero protagonista dell'attività di re-branding portata avanti dalla **gestione toscana Gedac Srl** negli ultimi mesi e culminata con la festa di presentazione che si è svolta lo scorso 20 settembre alla presenza di tutti i collaboratori di questa **"grande famiglia"**. Focalizzandosi sul concetto innovativo di una pausa concepita come **momento di ricarica**, in cui l'utente "attacca la spina" e trova nuove energie per riprendere al meglio la propria attività, Gedac intende così rivolgersi verso l'imprenditore/dirigente che cerca un partner proiettato al futuro, convinto che il **distributore automatico sia un valore aggiunto** all'interno dell'azienda, non un oggetto di distrazione dalle proprie mansioni. Nasce da qui un marchio completamente nuovo per il settore: niente tazzine o chicchi di caffè come si è soliti vedere, ma **un gallo** (un gallo flash per l'esattezza), che trasmette a pieno l'idea di slancio e vitalità che Gedac vuol trasferire ai suoi clienti. *"Ci opponiamo alla cultura della pausa vissuta come inerzia, inattività e immobilismo – si legge nel nuovo manifesto dell'azienda – . Per noi la pausa è l'attimo in cui si sprigiona l'energia che trasmette emozioni"*.

*"Il nostro brand risale ormai a una decina di anni fa – spiega **Roberto Pace, amministratore delegato di Gedac** – . In questo arco di tempo c'è stata una grande evoluzione nel Vending per quanto riguarda macchine e tecnologie, ma anche nelle procedure di lavoro, nell'organizzazione, nei competitor e in noi stessi. L'immagine con cui ci presentavamo non era più attuale con ciò che siamo oggi. Eravamo partiti, in realtà, con l'idea di fare qualcosa che non si allontanasse troppo da ciò che siamo stati fino a ieri, invece la riflessione su noi stessi ci ha portati a raggiungere un traguardo ben distante da quel che immaginavamo, ma di cui andiamo **molto orgogliosi**".* Resta, infatti, **lo storico blu** che da ormai quasi 30 anni contraddistingue Gedac, ma si aggiungono elementi, colori e grafiche tutte nuove. Interessante anche il pay-off,



che si basa su un gioco di parole: **Wake Cup**, che alla pronuncia non ha niente di diverso dall'inglese "svegliati", ma al quale è stata aggiunta la **"c"** che va a formare la **parola "tazzina"** e crea così un legame con la bevanda più commercializzata attraverso i distributori. Affidabilità, fiducia, innovazione, qualità. Non ci possono essere scorciatoie, sono questi gli elementi indispensabili per guardare avanti secondo Gedac. *"La partita per il futuro – aggiunge Pace – si giocherà **accorciando le distanze tra il consumatore e il distributore**. Non devono essere più due entità distinte, ma comunicare tra di loro: solo così possiamo rendere la pausa un momento impeccabile. La tecnologia oggi ci permette di entrare in contatto per la prima volta con il consumatore finale, tracciarne le abitudini, ricevere segnalazioni, conoscerlo. È su questo che deve lavorare un'azienda all'avanguardia"*.



OFFERTE LAVORO

Di.To. Break Srl, azienda leader nel settore del Vending, **ricerca ARD e Tecnici** per ampliamento organico nel territorio Romano e Laziale.

Per info e candidatura: vending.ditobreak@gmail.com
Tel. 06/20430066. Referente Sig.ra Erika.

Nell'ambito del programma di espansione delle attività, rinomata azienda di soluzioni software per il Vending **cerca Agenti Commerciali Nord/Centro/Sud**, in grado di intraprendere un percorso professionale di successo, cogliendo le opportunità offerte dall'innovazione dei mercati Vending, Retail, GDO, Ristorazione Collettiva.

Posizioni Junior e Senior.

Si richiedono: età tra 25 e 45 anni, automunito, affidabilità, personalità spiccata, cura nel modo di relazionarsi, passione per l'innovazione. Costituirà elemento preferenziale avere già maturato una precedente esperienza commerciale nei settori Vending, Retail, Horeca e Ristorazione.

Disponibilità su tutto il territorio nazionale.
Contatti su www.elkey.com

Importante Azienda di servizi e prodotti per la Distribuzione Automatica che opera nel territorio nazionale ricerca agenti plurimandatari ai quali affidare aree geografiche in esclusiva.

Potete contattare la **BONTORIN & CO.S.R.L.**

Referente Giorgia Bravo - Via dei Tartari, 39 - 31011 Asolo (TV)
Tel. 0423.94.83.68 - Cel. 344.11.79.011
e-mail: commerciale@bontorin-co.it

VENDO

Spinel LOLA a capsule espresso point usate, già revisionate, **vendibili a lotti da 50pz ad € 50 cadauna+iva**

fabio.esposito@espressounopiui.it
se interessati contattare: Tel. 348-4914954

ACQUISTO

Acquistasi, in zona Valganna, Valmarchirolo, Varese e limitrofi, postazioni con Macchine a capsule modelli: Lavazza, Espresso Point, Gimoka, Sanremo, Sgl, Mito, Polti.

Per eventuali offerte inviare mail al seguente indirizzo:
barbara.sangalli@coffee-point.it
oppure telefonare al numero 349/8027038

Acquistasi distributori automatici esclusivamente Saeco e solo i modelli: group 500, cristallo 600, breack point 36/56, combisnack anche da revisionare, solo vere occasioni.

Per info: maurorinaudello@hotmail.it

Sei un abbonato VENDING MAGAZINE?

Inserisci gratuitamente i tuoi **annunci** su

www.vendingpress.it sezione **annunci economici**

oppure manda una mail a magazine@vendingpress.it

scrivendo dettagliatamente il testo del tuo annuncio

GRUPPO ATTIVO NEL SETTORE VENDING**VENDE:**

Catena di negozi di caffè in cialde e capsule, macchine per caffè e accessori, attivi nelle città di Prato, Scandicci e Firenze.

TRATTATIVE RISERVATE

PER INFO: gruppotc1srl@gmail.com



VENDITALIA
Worldwide Vending Show

20/23MAGGIO2020

New location

Fieramilano Rho, HALL 8-I2



Venditalia 2020: il mondo del Vending si incontra a Milano

Venditalia, il più importante Salone del Vending, rappresenta un'opportunità unica per scoprire le ultime novità del settore e un'occasione concreta per incontrare i protagonisti del Vending internazionale. Vi aspettiamo **nella nuova location espositiva di Fieramilano Rho!**

32.000mq

Superficie
Espositiva

300

Espositori
(26% internazionali)

15.000

Visitatori
(31% Internazionali)

100

Paesi
Partecipanti

promosso da

CONFIDA
Associazione Italiana Distribuzione Automatica

organizzato da

VenditaliaServizi
S.r.l.



FIERA MILANO



Un bicchiere
d'acqua
in più,
un pensiero
in meno

Water Time
è la prima azienda italiana
a proporre sul mercato
il **boccione a rendere** da **18,9 litri**.
Lo ritiriamo al termine dell'uso,
lo sanifichiamo
e lo restituiamo pieno di
purissima acqua di sorgente!

**Abbi cura di te,
rispetta l'ambiente.**

WATER TIME
ISOLE D'ACQUA

water-time.it



GARDI ART

Sicurezza sul lavoro: il modello Spinel

Viaggio nel Gruppo salentino per capire l'importanza di una seria politica aziendale volta a migliorare l'organizzazione del lavoro e quindi la produttività

C'era una volta... potrebbe cominciare così la bella storia di **Vincenzo Spinelli** e del suo sogno. Un'avventura iniziata negli anni '60 quando un giovane imprenditore con un piede nel presente ma con un gran **"desiderio di futuro"** per sé e per la propria famiglia, intravede nel nascente mondo del Vending un'interessante opportunità professionale da introdurre e sviluppare nella propria terra di origine.

Da lì la decisione di **"credere" nel progetto** al punto di muovere il primo passo nella creazione di una piccola organizzazione in grado di portare un **"momento di pausa"** in un'epoca e in un ambiente dove solitamente il concetto stesso appariva più un'utopia che una vera possibilità.

Siamo nel Salento dove, proprio grazie a Vincenzo Spinelli, nasce, nel **1963**, la prima impresa di gestione stabile e professionalmente organizzata sul territorio nel settore della Distribuzione Automatica.

Qualche anno per sviluppare il business, raccogliere consensi per l'apprezzato valore del servizio e installare nelle aziende un numero sempre crescente di distributori automatici ed ecco la seconda intuizione, all'inizio degli anni '70, con l'**ampliamento dell'attività** e l'esordio nella torrefazione in proprio con la creazione di miscele capaci di soddisfare i diversi gusti dei committenti grazie a un piccolo impianto in grado di trattare poche decine di chilogrammi al giorno, ancora oggi in bella mostra all'ingresso della sede a ricordarne le origini.

Il tempo di consolidare il business e, alla fine degli anni '90, c'è la decisione di allargare le competenze e di chiudere il cerchio. Al Vending e alla torrefazione viene affiancata, con una sua autonoma gestione aziendale, anche la **produzione di macchine** per l'erogazione del caffè, questa volta con il coinvolgimento dell'intera famiglia.

Nel 2009, abbandonata la sede storica di Parabita (Lecce), per Spinel c'è il trasferimento nel nuovo stabilimento: un moderno opificio dotato



Vincenzo Spinelli

dei migliori comfort e di un **impianto fotovoltaico che garantisce l'autosufficienza energetica**, che si trova alle porte del paese sulla Strada provinciale Tuglie-Parabita, in una vasta area precedentemente destinata alla coltivazione dell'ulivo e alla produzione molitoria, antica e mai abbandonata passione del signor Vincenzo.



Prima macchina per la torrefazione



La famiglia Spinelli

SPINEL: NUMERI E VALORI

È in occasione dell'inaugurazione della nuova sede che ho avuto l'opportunità di conoscere dall'interno questa importante realtà salentina, grazie all'invito di collaborare per incentivarne la crescita, perfezionando la messa a regime delle **previste procedure in materia di igiene e sicurezza sul lavoro** e contemporaneamente, di fare la conoscenza dei figli ormai pienamente operativi nelle due aziende: **Cesare**, amministratore della Spinel Caffè Srl e Direttore Generale della Spinel Srl, **Giovanni**, amministratore della Spinel Srl e Direttore di Produzione della Spinel Caffè Srl, **Carla**, responsabile amministrazione&finanza, e **Marcella**, responsabile acquisti. Ad affiancarli c'è un management di validi collaboratori, cresciuti con l'azienda. Una famiglia unita, alla guida di un gruppo che oggi vede la presenza complessiva di **circa 70 lavoratori**



ri oltre a un numero stimato di altri **50 addetti impegnati nell'indotto sul territorio salentino** (per la produzione delle macchine da caffè) e con un fatturato rispettivamente per Spinel Caffè Srl di **circa 8,5 milioni di Euro** e per Spinel Srl di **5 milioni di Euro**.

Questi in sintesi i numeri stimati per l'anno 2019: oltre **200mila kg di caffè crudo** di alta gamma acquistato sui mercati mondiali e avviato alla torrefazione, **12 milioni di cialde prodotte** – con la priorità data al proprio marchio ricco di diverse opzioni per gusto e aroma oltre a una produzione sussidiaria destinata a marchi terzi – alcune migliaia di clienti serviti e **più di 30 mila macchine** prodotte e destinate al mercato nazionale ed **esportate in oltre 50 Paesi** dove il brand è conosciuto gra-



La torrefazione Spinel Caffè

zie alla presenza costante dell'azienda nelle principali fiere di settore. Ultimo atto, l'apertura di **alcuni "Self Store H24"** in aree cittadine

di grande passaggio, dotati di erogatori di bevande calde e fredde e di quanto altro proponibile mediante l'utilizzo di vending machine.



Area confezionamento cialde Spinel Caffè



L'area produzione macchine da caffè Spinel



Il "Self Store H24" a Gallipoli

professionali. Nell'occasione vengono verificati gli **standard di sicurezza** applicati, aggiornate le procedure in essere, aggiornata la formazione degli addetti alla sicurezza incendio e primo soccorso e il protocollo sanitario, verificate le singole idoneità al ruolo, simulate e risolte situazioni di criticità, attuati protocolli di informazione e formazione per tutti i lavoratori in funzione dei ruoli ricoperti.

ampliamento degli spazi destinati al ricevimento merci e delle spedizioni di entrambe le aziende dove la movimentazione meccanica, effettuata con i carrelli elevatori, necessità di spazi sempre più ampi e in grado di garantire maggiore sicurezza per i lavoratori.

Un momento di confronto insomma che, oltre a verificare la corrispondenza alla vigente normativa in materia di sicurezza e igiene sul lavoro, ha come secondo (ma non certo meno importante) obiettivo quello di **creare aggregazione tra le diverse aree aziendali mediante interventi di formazione** mirata e partecipata per i nuovi assunti e di aggiornamento per chi già da anni fa parte della "squadra".

Per me, Consulente ormai ultradecennale di Spinel, il piacere o perlomeno la speranza, di avere correttamente interpretato la filosofia del fondatore Vincenzo al quale mi unisce la comune stima e l'intento di promuovere la cultura del miglioramento in tutti i ruoli aziendali. Ogni anno che questo appuntamento si rinnova, arrivare in Salento non significa solamente ottemperare a un impegno di lavoro ma ritrovare **un'azienda "amica"**, venire a toccare con mano come l'impegno nella **tradizione e l'etica del lavoro** possano dare straordinari risultati e a raccogliere con grande soddisfazione il frutto di quello che per me rappresenta un inegabile successo professionale.

C'era una volta **il sogno di un uomo** che si è trasformato in realtà; una storia a lieto fine che oggi vede affacciarsi la terza generazione della famiglia. Il mio sincero augurio affinché lo spirito del Fondatore sia sempre di riferimento nell'approccio con il lavoro e con il territorio che ha visto **Spinel nascere e prosperare**.

Bruno Scacchi
S.A.I. CONSULTING S.a.s.
Sicurezza Lavoro & Ambiente
consult.626@gmail.com

LA SICUREZZA SUL LAVORO

Per quanto riguarda la sicurezza sul lavoro, ogni anno viene programmato in Spinel un incontro con il team della sicurezza, che affianca i Datori di Lavoro ed è costituito dal Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione, **Antonio Tarantino**, dal Medico Competente, **Maria Grazia Mele**, e dai Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza delle due aziende, **Alessandra De Donno** e **Ilario Videa**. Parliamo, in tutti questi casi, di consolidate presenze



Area logistica e spedizioni

TRATTAMENTO DEL CAFFÈ

Nell'anno corrente, in particolare è stato affrontato l'**importante tema della ridefinizione del lay-out di produzione dell'intero ciclo di trattamento del caffè**. Il moderno impianto (dall'arrivo del caffè verde fino al confezionamento in grani da macinare e in cialde) risulta completamente automatizzato e con la presenza di personale addetto esclusivamente ai controlli di funzionalità. Questo ha permesso una sostanziale riduzione delle attività di **M.M.C. (Movimentazione Manuale Carichi)**, elemento che rappresenta, nelle statistiche di valutazione degli indici di frequenza e di gravità degli infortuni, un fattore di notevole rilevanza.

Nel prossimo trimestre verranno, quindi, valutate ulteriori opzioni per l'**automazione delle attività di scarico in tramoggia del prodotto "crudo"** finalizzate alla totale automazione del ciclo produttivo. Altro importante tema affrontato è stato quello riferito al confort generale per gli addetti dell'area di produzione delle macchine da caffè dove è stato adottato un sistema di **lavoro "in linea"** finalizzato a evitare continui cambi di postazione. Un sistema che, più in generale, verrà esteso a tutta l'area logistica con l'ipotesi di

Galbusera

PERCORSO SALUTE®

NOVITÀ

Abbiamo rivoluzionato la colazione e la pausa on the go.

Galbusera presenta l'innovativa linea BelleBuone:
un modo tutto nuovo per gustare la frutta secca e i semi.

Fette spesse

Snack sottili



Con fichi, nocciole
e semi di zucca.



Con mirtilli rossi,
mandorle, semi di zucca
e semi di lino.



Con fichi, nocciole
e semi di zucca.



Con mirtilli rossi,
mandorle, semi di zucca
e semi di lino.

PER UNA PAUSA BUONA ED EQUILIBRATA.

Scopri di più su galbusera.it

ACQUAFAIR TRASLOCA A MILANO NEL 2020



L'evento espositivo e congressuale italiano b2b per la filiera di **produzione e distribuzione dell'acqua da bere in "bocconi" e "point of use"**, arrivato alla terza edizione, trasloca da Venezia e si terrà il **4 marzo 2020 a Milano**.

A promuovere l'iniziativa è **Watercoolers Italia**, l'associazione che riunisce le principali aziende italiane che operano nel settore dell'imbottigliamento e della distribuzione dell'acqua.

Acquafair ha individuato come sede dell'evento "Palazzo delle Stelline", situato nel centro storico di Milano, al cui interno è possibile ammirare **"L'ultima Cena" di Leonardo da Vinci**. Il Palazzo è centro polifunzionale indicato per ospitare eventi b2b grazie anche alla sua ottima posizione a poche centinaia di metri dalla stazione di **Milano Cadorna**.

Altra novità: d'ora in avanti **Acquafair si svolgerà con cadenza annuale** (anziché biennale) e per il 2020 si articolerà in Congresso ed Expo concentrati in un'unica giornata di aggiornamento, business e networking. Prende il via in questo modo una doppia formula per la manifestazione, che riserverà solo agli anni dispari l'approccio classico su 2 giorni.

Marzia Mariotti, marketing&communication manager di Culligan Italiana e presidente di Watercoolers Italia, afferma: *"Acquafair nasce con l'obiettivo di offrire un'occasione di confronto e di crescita, oltre che un importante momento di visibilità, a chi opera nel settore dell'acqua da bere. Dal 2020 lo faremo con ancora maggiore determinazione"*.

A prendere parte ad Acquafair saranno le aziende che aderiscono a Watercoolers Italia insieme agli altri operatori della filiera e del **Vending**, per una panoramica completa di prodotti, servizi e sistemi innovativi per il comparto. Previste nella giornata del 4 marzo, anche **conferenze e workshop**, a ingresso libero per gli operatori, su questioni igienico-sanitarie, legislative e tecniche. Il programma sarà pubblicato sul sito **www.acquafair.it** man mano che prenderà corpo.

NEL 2020 IL VENDING VA ALL'OKTOBERFEST

Una nuova manifestazione legata alla Distribuzione Automatica. Nasce **VENDTRA – Vending Trade Festival, Germania** – che si svolgerà il **30 settembre** e il **1° ottobre 2020** a Monaco di Baviera.

VENDTRA è un "One-Day-Show" e un "Networking-Day" per l'industria della Distribuzione Automatica e gli operatori di settore di Germania, Austria, Liechtenstein e Svizzera.

Esempi di Paesi vicini – come in Inghilterra in occasione di Vendex North – hanno dimostrato che il mix tra costi equi e il format di un solo giorno di fiera e network funziona sempre. Per partecipare a VENDTRA, gli espositori non devono calcolare, infatti, gli alti investimenti di un'esposizione "tradizionale" (spazi, logistica, allestitori, ecc.). Per chi parteciperà a VENDTRA sono disponibili in prenotazione **tre tipologie di stand: 3x3m, 6x3m 9x3m**.

La fiera per la Distribuzione Automatica si svolgerà **nell'area dell'Olympiapark**. Il Networking-Day si terrà, invece, in una location speciale: all'**Oktoberfest di Monaco**.

VENDTRA fornirà, infatti, 660 posti VIP gratuiti all'Oktoberfest (tutto il balcone VIP "Paulaner Festzelt", servizi igienici privati, area per fumatori) inclusi 2 biglietti per la birra e 1 buono pasto per ogni partecipante. Gli operatori potranno ottenere biglietti VIP per il "Networking Day" tramite il **"Vending Speed Dating"** che si svolgerà il primo giorno di fiera (30 settembre) dalle ore 10 alle 13. Si consiglia, fin da ora, una visita puntuale alla fiera; l'emissione dei biglietti VIP avverrà solo "fino a esaurimento scorte".

Previsto anche un evento collaterale, **"Ikea running concept"**, con ingresso gratuito per i visitatori.

VENDTRA è organizzata da "Vending Report", la rivista del Vending di Germania, Austria, Liechtenstein e Svizzera.

Informazioni su **www.vendtra.com**.



CALENDARIO EVENTI

Data	Mostra	Stato	Città	Oggetto	Sito Web
13-15 novembre 2019	Vendiberica	Spagna	Madrid	Vending	www.ifema.es
18-22 gennaio 2020	Sigep	Italia	Rimini	Ho.Re.Ca./Caffè	www.sigep.it
4 marzo 2020	Acquafair	Italia	Milano	Ho.Re.Ca./Vending	www.acquafair.it
4-6 marzo 2020	China International Vending Machines&Self-service Facilities	Cina	Guangzhou	Vending	hwww.chinavmf.com
25-27 marzo 2020	VendingExpo	Russia	Mosca	Vending	www.vendingexpo.ru
27-29 aprile 2020	China Self-Service, Kiosk&Vending Show	Cina	Shanghai	Vending	www.chinavending.com
6-8 maggio 2020	The Nama Show	Stati Uniti	Nashville	Vending	www.namanow.org
20-23 maggio 2020	Venditalia	Italia	Milano	Vending	www.venditalia.com
30 settembre-1° ottobre 2020	Vendtra	Germania	Monaco di Baviera	Vending	www.vendtra.com
22-24 ottobre 2020	Triestespresso	Italia	Trieste	Caffè	www.triestespresso.it
29-31 ottobre 2020	euvend&coffeena	Germania	Colonia	Vending	www.euvend-coffeena.com

*date soggette a cambiamento

RISTORA[®]

La stragrande
maggioranza
degli Italiani,
quando beve
una cioccolata...

...o un tè
AUTOMATICAMENTE,
sceglie **RISTORA.**

Il più gettonato d'Italia

DAL 1966, N°1 NELLA DISTRIBUZIONE AUTOMATICA

prontofoods s.p.a. - via g. deledda, 43 - 25018 montichiari (bs)

VIDEOSORVEGLIANZA: UNA SENTENZA CHE FA NOTIZIA

Sentenza importante della **Corte dei Diritti dell'uomo di Strasburgo** in materia di utilizzo degli impianti di videosorveglianza sui posti di lavoro.

Secondo i giudici in alcuni casi non solo la videosorveglianza è lecita ma può essere effettuata **senza la preventiva comunicazione ai lavoratori** (sempre obbligatoria secondo la normativa italiana).

Il caso all'origine della pronuncia si era verificato in un supermercato spagnolo nel quale, avendo rilevato **ammanchi di magazzino per circa 82mila Euro**, il direttore aveva fatto installare, senza preventiva autorizzazione sindacale o delle autorità, alcune **telecamere a circuito chiuso** sia visibili (alle uscite) che nascoste (puntate sulle casse nella quali si sospetavano gli illeciti). Dalle riprese erano poi emerse le prove dei furti di merce da parte del personale, con conseguenti **14 licenziamenti**.

I licenziamenti erano stati considerati legittimi dal tribunale spagnolo ma 5 dei dipendenti allontanati decisero di ricorrere alla Corte di Strasburgo in quanto, anche per il diritto spagnolo, i lavoratori avrebbero dovuto essere informati preventivamente dell'installazione degli impianti di sorveglianza.

Ma, per la Corte Europea, le decisioni del tribunale non hanno leso i diritti al rispetto dei lavoratori che hanno avuto un processo giusto. Sono stati infatti **"attentamente bilanciati"** i diritti dei dipendenti sospettati di furto e quelli del datore di lavoro, i cui ragionevoli sospetti rendevano legittimo l'utilizzo di impianti di controllo a distanza senza notifica preventiva.

I giudici hanno anche specificato che **l'intrusione nella privacy dei ricorrenti era stata di grado lieve** sia per la sua breve durata che per la scarsa estensione dell'area sorvegliata, limitata alla zona casse che hanno anche una necessità di tutela inferiore ad altri luoghi di lavoro. Infatti, la Corte dei Diritti dell'Uomo si spinge ad affermare che esistono **diversi livelli nella privacy** che va garantita ai dipendenti: sarà massima nei luoghi privati come servizi igienici e spogliatoi, elevata negli spazi di lavoro personali (come gli uffici) e inferiore negli spazi di lavoro comuni e accessibili al pubblico come le casse del supermercato.

DISTRIBUTORI AUTOMATICI IN PALESTRA: ECCO COSA FARE

Quali adempimenti deve rispettare un **gestore di distributori automatici** concessi in **comodato d'uso all'interno di palestre, centri fitness e simili**?

Il caso analizzato dall'**Agenzia delle Entrate** nella Risposta all'interpello 413 dell'11 ottobre 2019 riguarda un operatore vending che a fine giornata controlla le transazioni intervenute per tutti i distributori concessi in comodato d'uso e annota il totale nel registro dei corrispettivi e alla fine del mese, in base alla rendicontazione di tutte le palestre, all'istante comunica a ciascuna di esse l'importo che dovranno bonificarci (corrispondente agli incassi effettuati per suo conto), nonché l'importo che dovranno fatturare nei suoi confronti (corrispondente alla provvigione sulle vendite).

Nel rispondere l'Agenzia delle Entrate ha chiarito che nel caso di specie, dato che **le merci possono essere acquistate con piano a ricarica o in abbonamento** esclusivamente alla reception della palestra, il bene non rientra nella definizione di vending machine. Il distributore, infatti, non incassando somme, non memorizza dati corrispondenti da trasmettere. Le

somme incassate dalle palestre, peraltro, sono documentate mediante l'emissione di ricevute, che vengono inviate all'indirizzo di posta elettronica dei clienti. Ne discende la corretta certificazione dei corrispettivi indipendentemente dagli obblighi di censimento, di memorizzazione e di trasmissione delle informazioni ai quali sono soggette le vending machine.

Ne discende che **fino al 31 dicembre 2019** le cessioni effettuate dall'istante sono correttamente certificate con l'emissione della ricevuta fiscale e l'annotazione nel registro dei corrispettivi

A decorrere **dal 1° gennaio 2020**, la certificazione dei corrispettivi verrà perseguita attraverso la trasmissione telematica che è sostitutiva dei vari obblighi di certificazione fiscale.

DEMANSIONAMENTO: NON C'È SE SI CHIEDONO MENO INCARICHI



Con ordinanza n. 18817 del 12 luglio 2019, la **Cassazione** ha affermato che, a fronte di una richiesta del lavoratore finalizzata ad avere meno carichi di lavoro e a seguito di una redistribuzione dei suoi compiti, effettuata al rientro di una lunga assenza, **non sussiste alcun demansionamento** per cui nessun danno risulta risarcibile.

Il caso riguardava un ingegnere in forza presso un ente locale che aveva fatto ricorso presso il giudice del lavoro per un preteso demansionamento ovvero **"svuotamento pressoché totale dei propri compiti"** effettuato dall'azienda **al suo rientro da una malattia**. Per questo chiedeva il risarcimento dei danni patrimoniali e non.

Il Tribunale del lavoro ha accolto il ricorso ma in appello è stata, invece, **rilevata l'inesistenza del demansionamento**. La Corte d'Appello ha dimostrato come prima dell'assenza il dipendente avesse richiesto di essere sollevato da alcuni incarichi troppo complessi e articolati per essere svolti con la necessaria cura, oppure di essere affiancato da altro personale. La Cassazione ha confermato la sentenza di appello che non risulta viziata da alcun difetto di illogicità o errata applicazione della normativa, come affermato dal ricorso del dipendente, e ha ribadito che non risulta nel caso alcun demansionamento bensì una **riorganizzazione dovuta per un migliore servizio**, proprio sulla base dei rilievi mossi dal dipendente che chiedeva a questo fine una riduzione dei propri incarichi.

In assenza di demansionamento, quindi, non è dovuto alcun risarcimento del danno e il ricorrente è stato condannato alla copertura delle spese di giudizio e al contributo unificato (comma 1 bis art. 13. dl115 2002).

Fonte: *Fisco&Tasse*

Governare in modo responsabile la propria azienda

L'originalità e l'utilità della ISO 26000

L'UNI ISO 26000 è la norma che fornisce la guida per integrare, attuare e promuovere **comportamenti socialmente responsabili** nell'ambito aziendale e, attraverso le sue politiche e prassi, nell'ambito della sua sfera di influenza esterna.

Essere socialmente responsabili significa, infatti, non solo soddisfare pienamente gli **obblighi giuridici** applicabili ma anche andare al di là investendo maggiormente nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con gli stakeholder.

Sempre più aziende adottano l'ISO 26000 per **integrare processi e policy**, anche se va chiarito che non si tratta di uno standard certificabile. Ciò nonostante, gli enti di certificazione possono sviluppare un'attività di assessment finalizzata a rilasciare un **giudizio di "III Parte"**.

Generalmente l'assessment è focalizzato sulla governance della Corporate Social Responsibility (CSR) da parte dell'azienda.

L'assessment si prefigge 2 obiettivi:

- ✓ **Confortare il management** circa la maturità dell'approccio alla CSR, fornendo un'analisi dei punti di forza e di debolezza, in una prospettiva di miglioramento continuo;
- ✓ **Rafforzare la credibilità della comunicazione** agli stakeholder circa l'impegno e le prestazioni in ambito di Responsabilità Sociale.

I PRINCIPI DELLA ISO 26000

Sono **7 i principi** sviluppati nell'ISO 26000:

1. **Responsabilità di rendere conto (accountability)**, cioè la responsabilità di rispondere degli impatti sulla società, sull'economia e sull'ambiente. Le cose che si fanno vanno rendicontate e comunicate;
2. **Trasparenza** nelle decisioni e



nelle attività che impattano sulla società e sull'ambiente;

3. **Comportamento etico** basato su valori quali onestà, equità e integrità;
4. **Rispetto degli interessi degli stakeholder**, sviluppando un dialogo con i portatori di interesse, rispettando, considerando e rispondendo ai temi per essi rilevanti;
5. **Rispetto del principio di legalità** che sta a significare che nessun individuo, organizzazione o azienda sta al di sopra della legge;
6. **Rispetto delle norme internazionali di comportamento** nell'aderire al principio di legalità;
7. **Rispetto dei diritti umani**, riconoscendone l'importanza e l'universalità.

Per stabilire il campo di applicazione della propria Responsabilità Sociale, identificare gli aspetti specifici pertinenti e definire le proprie priorità, l'azienda deve affrontare i **temi fondamentali** che sono ancora una volta 7, come i principi illustrati precedentemente:

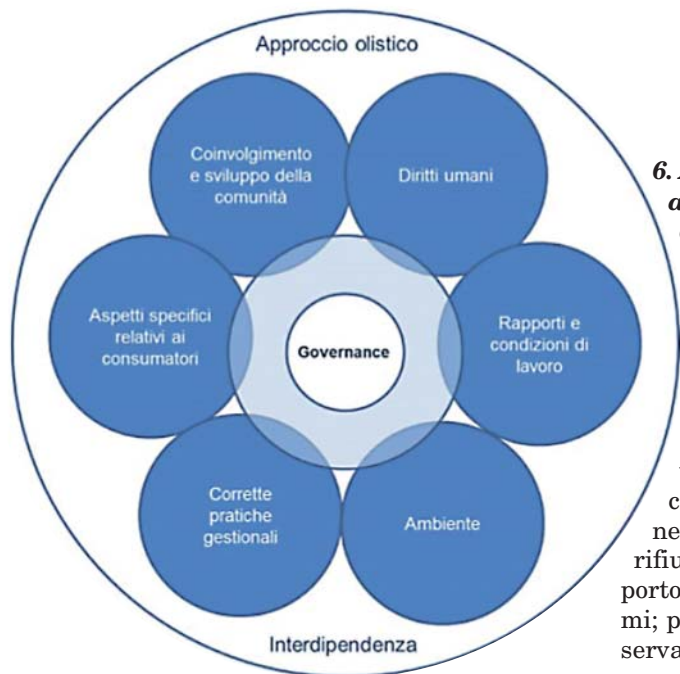
1. **Il Governo dell'organizzazione**, cioè la Governance, il sistema mediante il quale l'impresa prende e attua decisioni per il raggiungimento dei propri obiettivi. Applicare la Sostenibilità significa intervenire nella struttura aziendale e nei meccanismi

decisionali. Vuol dire che la Responsabilità sociale deve entrare a fare parte del piano strategico aziendale, del budget, del sistema di valutazione delle prestazioni, del sistema premiante, dell'MBO (Management by Objectives), ecc.

2. **I diritti umani**, cioè il rispetto e la salvaguardia dei diritti civili e politici, dei diritti economici, sociali e culturali e dei diritti sul lavoro. In particolare serve cura e attenzione a non discriminare dipendenti, partner, clienti, stakeholder e chiunque altro con cui si è in contatto o su cui si può avere un impatto. Un'attenzione particolare è necessaria nei confronti dei cosiddetti "gruppi vulnerabili": donne, persone con disabilità, persone discriminate in base all'etnia, minoranze e gruppi religiosi, ecc..

3. **I rapporti e le condizioni di lavoro**. Inglobano tutte le politiche e le pratiche relative al lavoro svolto all'interno, per mezzo o a nome dell'azienda, compreso il lavoro subappaltato. I rapporti e le condizioni di lavoro includono l'assunzione e la promozione dei lavoratori, le procedure disciplinari e per le controversie, la cessazione dei rapporti di lavoro, la formazione e lo sviluppo delle competenze, la salute e la sicurezza sul lavoro.

Ci vuole la consapevolezza da parte di tutti che la creazione di posti di lavoro e le retribuzioni e gli altri compensi erogati sono tra i contributi economici e sociali più importanti di qualunque organizzazione. Un lavoro efficace e produttivo è un elemento essenziale dello sviluppo umano. La mancanza di occupazione è una delle cause principali dei problemi sociali. I rapporti e le condizioni di lavoro hanno un grande impatto sul rispetto del principio di legalità. Rapporti e condizioni di lavoro socialmente responsabili sono es-



senziali per la giustizia sociale e per la stabilità.

4. L'ambiente. Gli aspetti specifici di questo tema sono i seguenti: prevenzione dell'inquinamento (emissioni nell'aria; scarichi d'acqua; gestione dei rifiuti; smaltimento di sostanze pericolose); uso sostenibile delle risorse (efficienza energetica, efficienza nell'uso di materiali, ecc.); mitigazione dei cambiamenti climatici (emissioni di gas a effetto serra); protezione dell'ambiente.

5. Corrette prassi gestionali. Intendiamo con questo tema la prevenzione e la lotta alla corruzione, la concorrenza leale, la promozione della Responsabilità sociale nella catena del valore, la lotta all'abuso di posizione dominante, la contraffazione e la pirateria.

6. Aspetti specifici relativi ai consumatori. La norma ci indica gli elementi più importanti: protezione della salute e della sicurezza dei consumatori; dare informazioni adeguate; comunicazione commerciale onesta; avere modalità di ascolto dei consumatori; attenzione all'educazione del consumatore (sana nutrizione, raccolta differenziata dei rifiuti, ecc); dare servizi e supporti adeguati e risolvere i reclami; protezione dei dati e della riservatezza.

7. Coinvolgimento e sviluppo della comunità. È necessario considerarsi parte della comunità e non separati da essa nell'approccio al coinvolgimento e allo sviluppo della comunità stessa; serve massima attenzione alla creazione di nuova occupazione e allo sviluppo delle competenze, allo sviluppo tecnologico, alla creazione di ricchezza e reddito e all'investimento sociale.

GLI INTERESSI DEGLI STAKEHOLDER

Due questioni centrali sono il rapporto con gli Stakeholder e l'integrazione della Responsabilità sociale in tutta l'organizzazione.

L'azienda deve rispettare, prendere in considerazione e rispondere agli **interessi dei propri stakeholder**. In pratica è necessario identificarli e definire il grado di coinvolgimento e

il piano di sviluppo delle relazioni. Il coinvolgimento si può basare sui seguenti livelli, in ordine crescente: **Informare, Ascoltare, Consultare, Coinvolgere, Collaborare**.

CREARE COMPETENZE IN AZIENDA

È necessario definire la cosiddetta **"Matrice di Materialità"**, con l'evidenza dei temi rilevanti per l'azienda e per i suoi stakeholder.

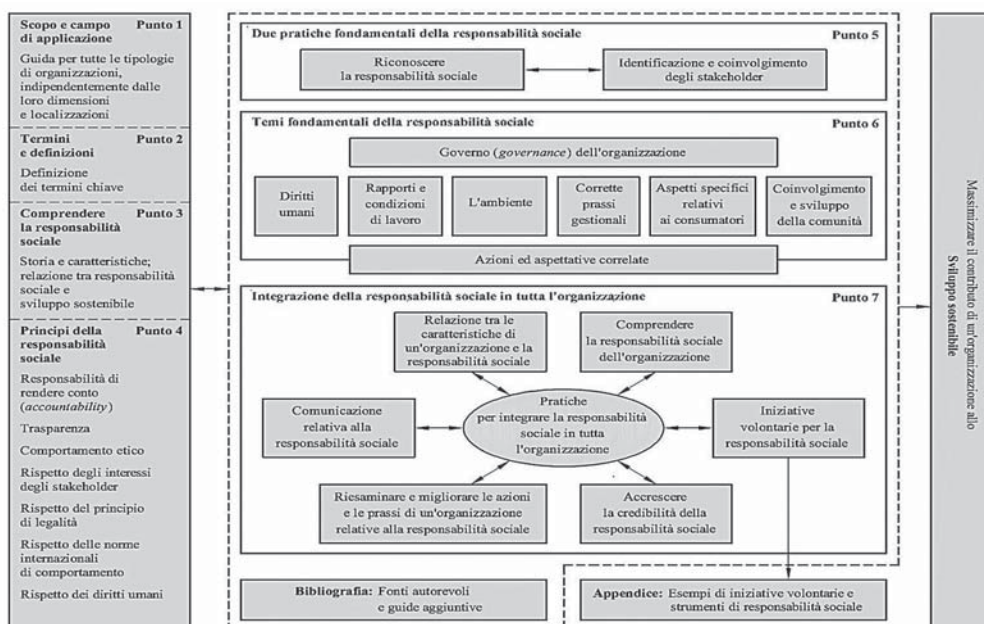
Quindi bisogna aumentare la consapevolezza e costruire la competenza sulla responsabilità sociale, a partire dal vertice aziendale. Creare una **cultura della Sostenibilità** significa procedere con sistematicità e lavorare partendo dai valori esistenti. Come abbiamo già detto, un mezzo importante ed efficace per integrare la Responsabilità sociale in tutta l'organizzazione passa attraverso il "Governo" della stessa, ovvero il sistema con cui le decisioni vengono prese e attuate.

UNA CERTIFICAZIONE DA BIG-PLAYER

Sempre più aziende stanno adottando le linee guida **ISO 26000** per integrare i processi, secondo il filo conduttore della sostenibilità economica, ambientale e sociale. Molte di esse richiedono anche una **valutazione** a un ente di certificazione per comunicare con maggiore forza e credibilità l'adozione di questi principi. Anche il **Vending** è ormai maturo per procedere in questa direzione.

Non dimentichiamo che il tema della **Responsabilità sociale** è sempre più al centro delle decisioni aziendali. È dell'agosto di quest'anno, infatti, il documento stipulato da 200 tra le principali aziende di Wall Street e colossi finanziari – **da Jp Morgan ad Amazon, da BlackRock a General Motors** – in cui si sostiene che per creare valore di lungo periodo le aziende non devono solo portare dividendi ai propri azionisti, ma devono considerare anche l'impatto sull'ambiente e sulle comunità locali, i rapporti corretti con i fornitori, il rispetto dei consumatori e le condizioni offerte ai propri dipendenti.

Struttura e contenuto di ISO 26000



Franco Bompani
www.eidosconsulting.it
Eidos Consulting Srl



ACQUAFAIR

2020

Servizi, prodotti e tecnologie per il mondo dell'acqua da bere

Expo e congresso - ingresso gratuito riservato agli operatori



Milano
Palazzo delle Stelline - Corso Magenta, 61

ACQUAFAIR è l'unico evento italiano per la filiera italiana del settore dell'imbottigliamento e della distribuzione dell'acqua in "boccioni" e point of use, promosso da Watercoolers Italia.

Promuovi il tuo brand | Esplora il mercato | Intreccia relazioni con i leader | Pianifica le tue strategie

IMPRESE DI GESTIONE IN ITALIA

Per apparire in questa rubrica: Tel. **011/660.29.00** - mail: **magazine@vendingpress.it**

Possibilità di pubblicare degli **articoli redazionali** sulla vostra gestione

PIEMONTE E VALLE D'AOSTA

ALESSANDRIA



BRUS SERVICE srl
Reg. Cartesio Km. 30
15012 BISTAGNO (AL)
Tel.: 0144-377005
Fax: 0144-324031
e-mail: brus-service@alice.it
Internet: www.brusservice srl.com
Resp. Comm.: Brunella Brusco
Resp. Tec.: Flavio Scrivano

LOMBARDIA

MILANO



info e
assistenza

NUMERO VERDE
800 612 151
info@serim.it

SERIM srl
Sede operativa:
Via Del Lavoro, 8
20061 CARUGATE (MI)
Filiale Piemonte:
Via Dell'Artigianato, 63 - Alba (CN)
Filiale Toscana:
Via Salvatorelli, 45 - Pistoia
e-mail: info@serim.it
PEC: serimvending@legalmail.it
Internet: www.serim.it
Presidente: Bruno Mazzoleni
Amministratore Delegato: Giosuè Franzè
Resp. Comm.: Roberta Formentini

BRESCIA



di La Spina Luca e Sergio snc

CAFÈ MATIC di La Spina L.e S. snc
Via Matteotti, 311
25063 GARDONE V.T. (BS)
Tel.: 030-8912238
Fax: 030-8916497
e-mail: info@cafematic.it
Internet: www.cafematic.it
Resp. Comm. e Tec.: Luca La Spina



OVIDAMATIC spa
Via G. Bormioli, 32/34
25135 BRESCIA
Tel. 030-3761270
Fax 030-3761280
e-mail: info@ovdamatic.com
Internet: www.ovdamatic.com
Resp.Comm.: Giorgio Barozzi

TRENTINO ALTO ADIGE

TRENTO



DOLOMATIC S.R.L.
Via Segantini, 1 - 38015 LAVIS (TN)
Tel. 0461-246476
Fax 0461-241946
e-mail: info@dolomatic.it
Internet: www.dolomatic.it
www.buonristoro.com
Resp. Comm: Elena Rosa
Resp. Tec.: Marcello Rosa

LAZIO

LATINA



DO.MA srl
Strada Marcaccio, 305
04100 LATINA
Tel. 0773-622213 - Fax 0773-608049
e-mail: info@doma srl.it
Internet: www.doma srl.it
Resp.Comm.: Luca Ventriglia
Resp. Tec.: Daniele Marcucci
Resp. Logistica: Antonio Capotosto
Resp. Qualità: Emanuele Zanotto

PUGLIA

BARI



DI.A. srl
 V.le Magna Grecia 4/6
 70020 CASSANO delle MURGE (BA)
 Tel. 080775698
 Fax 080775998
 e-mail: info@diavending.it
 Internet: www.diavending.it

FOGGIA



SUD MATIC srl
 Tratturo camporeale KM. 2,200
 71122 FOGGIA
 Tel.: 0881-610360
 Cell.320 0662387
 Fax: 0881-653113
 e-mail: info@sudmatic.it
 www.sudmatic.it
 Resp. Comm.: Daniele Rosati
 Resp. Tecnico: Pasquale Mottola

CENTRI DI ASSISTENZA TECNICA / RIVENDITE

PIEMONTE



TORINO VENDING srl
 Via Santi, 3/8
 10042 NICHELINO (TO)
 Tel. 011-6804572
 e-mail: torinovending@torinovending.it
 Web: www.torinovending.it
 Resp. Comm.: Sergio Gherardi
 Resp. Tec.: Andrea Cavaliere
 Resp. Divisione I.T.: Felice Bruno

EMILIA ROMAGNA



M.D.A. SERVICE srl
 Via Fornace, 2
 41013 CASTELFRANCO EMILIA (MO)
 Tel. 059-921311 - Fax 059-950329
 e-mail: mda@mdaservice.it
 internet: www.mdaservice.it
 Resp. Generale: Francesco Manfredi
 Resp. Comm. Food: Alessandra Piccinini

Resp. Tec.: Mario Mazzuca
 Resp.Amm.: Giulia Maini

LAZIO



VALEVEND srl
 Agenzia esclusivista **NECTA** per il Lazio
 Via dei Piani Di Monte Savello 24 E
 00041 ALBANO LAZIALE (RM)
 Tel. 069311020
 Mail info@valevend.it
 Resp. Comm.: Paroncini Valentino
 Resp. Tec.: Navetta Vito
 e-mail: info@valevend.it
 www.valevend.it

CAMPANIA

NAPOLI



VELDA srl
 TUTTO PER LA DISTRIBUZIONE AUTOMATICA
 Via Fosso del Torricchio, 3
 80026 CASORIA (NA)
 Tel.: 081-8695152
 e-mail: info@velda srl.it
 Internet: www.velda srl.it
 Resp. Comm.: Daniele Esposito
 (Tel. 3475281926)
 Resp. Tec.: Diego Carrano
 (Tel. 3318932564)



Eidos Consulting s.r.l. è una società di consulenza e formazione specializzata per il Vending, che si rivolge ad aziende manifatturiere e di servizi.

Opera a fianco di clienti diversi per area geografica, dimensione e settore, contribuendo alla creazione di competitività e valore d'impresa.

Nata nel 1999, opera nelle seguenti aree: consulenza di direzione; controllo di gestione e budget; due diligence e valutazione d'azienda; gestione risorse umane e sviluppo organizzativo; qualità e Certificazione ISO 9001:2015; Certificazione ISO 14001:2015, ISO 45001:2018, ISO 22000:2005, IFS, BRC; Certificazione Sociale SA 8000:2014; Bilancio di Sostenibilità; progetti di CSR; Modello Organizzativo 231/01; formazione. Eidos Consulting cura la ricerca di finanziamenti ed è accreditata per la formazione continua.

www.eidosconsulting.it



Nome Azienda	Settore di attività	Borsa	Valuta	Quotazione al 30.10.2019	Variazione % ultimo mese	Variazione % ultimi 12 mesi	Quotazione Ultime 52 settimane		Dividendo ultimi 12 mesi	Rendimento annuale %	Data Stacco Ultimo dividendo	PIE (Rapporto Prezzi/Utili)	Capitalizzazione in Euro (milioni)
							Massimo	Minimo					
Azkoyn SA	Distr.Aut. e Sist.di Pag	Madrid	Euro	6,840	+1,79%	-5,26%	8.8	6.18	0.7	4,59%	19.06.2019	10,34	161,5 M
Barry Callebaut	Prodotti	Zurigo	Fr. Sv	2.068,00	+0,68%	5,03%	2106	1504	24	35,08%	09.01.2019	29,58	11,36 B
Davide Campari	Bibite ed Acqua Minerale	Milano	Euro	8,1600	-1,45%	20,40%	9.3	6.7	0.05	10,77%	25.04.2019	37,39	9,62 B
Coca-Cola	Prodotti	New York	\$ USA	53,61	+0,37%	11,93%	55.92	44.42	0.4	13,18%	01.10.2019	30,24	228,83 M
Coca Cola HBC AG	Prodotti	Londra	Sterline	30,030	-0,56%	2,00%	38.8	28.53	2.87	-3,30%	13.08.2019	-	10,86 B
Compass Group	Gestione	Londra	Sterline	2.044,00	+1,37%	32,82%	2150	1499	38.5	23,97%	29.07.2019	27,33	32,14 B
Crane	Distr.Aut. e Sist.di Pag	New York	\$ USA	76,47	-1,21%	-12,40%	94.67	67.18	0.39	5,64%	09.09.2019	14,05	4,57 B
Danone	Prodotti	Parigi	Euro	74,82	+0,62%	19,50%	82.38	59.72	1.94	21,57%	09.05.2019	22,26	51,02 B
Dydo Drinco Inc	Gestione	Tokyo	Yen	4.560,0	+1,56%	-20,42%	6270	4000	60	-20,70%	24.09.2019	22,88	75,11 B
Huhtamaki	Bicchieri	Helsinki	Euro	41,65	-0,48%	67,97%	42.14	24.42	0.84	53,82%	07.05.2019	27,24	4,35 B
Ingenico	Sistemi di Pagamento	Parigi	Euro	96,44	-0,19%	54,21%	98.25	44.41	1.1	94,99%	09.07.2019	29,58	6,16 B
IVS Group SA	Gestione	Milano	Euro	9,800	-0,20%	-7,89%	12.5	9.2	0.3	-11,39%	10.07.2019	17,04	382,51 M
Kellogg	Prodotti	New York	\$ USA	63,07	+0,30%	-3,65%	65.66	51.34	0.57	10,66%	13.09.2019	25,37	21,42 B
Massimo Zanetti Beverage	Prodotti	Milano	Euro	5,78	+0,00%	-4,30%	6.66	5.5	0.19	0,52%	22.05.2019	12,34	198,25 M
Mondelez	Prodotti	New York	\$ USA	51,94	-1,72%	23,94%	56.72	38.78	0.285	29,98%	14.10.2019	21,13	76,19 B
Nestle SA	Prodotti	Zurigo	Fr. Sv.	106,11	+1,31%	24,75%	113.2	77.74	2.45	33,07%	17.04.2019	34,01	306,33 B
PepsiCo	Prodotti	New York	\$ USA	136,47	+0,30%	21,38%	140.45	105.03	0.955	23,47%	30.09.2019	16,74	189,75 B
Sodexo SA	Gestione	Parigi	Euro	98,60	+0,22%	9,45%	108.65	85.6	2.75	10,21%	01.02.2019	22,73	14,51 B
Starbucks	Coffeehouse	N.Y. Nasdaq	\$ USA	83,62	-0,57%	43,62%	99.72	58.07	0.36	29,95%	23.08.2019	29,77	100,7 B
Unilever NV	Prodotti	Amsterdam	Euro	53,56	+0,00%	12,66%	55.33	45.12	1.191	12,95%	09.12.2015	15,24	138,74 B
USA Technologies	Accessori	N.Y. Nasdaq	\$ Usa	6,800	-0,15%	17,24%	8.45	3.19	N.D.	74,81%	N.D.	-	407,46 M
Parmalat	Prodotti	Milano	Euro	2,850	+0,00%	-4,20%	3.04	2.5	0.007	0,00%	23.05.2018	47,01	5,28 B
Sanden	Distr.Aut. e Sist.di Pag	Tokyo	Yen	703,0	-1,68%	-42,89%	1330	443	7,5	-5,64%	23.06.2016	-	19,46 B

I migliori del mese (*)			I peggiori del mese (*)		
Titolo	Borsa	Variazione	Titolo	Borsa	Variazione
Huhtamaki	Helsinki	17,08%	USA Technologies	N.Y. Nasdaq	-8,39%
Sanden Corp	Tokyo	15,96%	Coca Cola HBC	Londra	-6,07%
Ingenico	Parigi	11,15%	Mondelez	New York	-3,6%

*Valori aggiornati al 31 ottobre 2019 rilevazione su scostamento mensile

LEGENDA:

Le aziende scelte per l'analisi dettagliata dell'andamento borsistico e per alcuni indici significativi di bilancio sono fornitori di articoli o prodotti per la Distribuzione Automatica oppure gestiscono distributori automatici come attività esclusiva o complementare. Oltre al nome dell'azienda e al settore di attività in cui opera, viene indicata la Borsa in cui il titolo è quotato e la valuta nella quale è espresso il valore. Inoltre:

- L'ultimo prezzo rilevato (con la relativa data).
- La variazione percentuale della quotazione nel corso degli ultimi 12 mesi.
- Il prezzo massimo e quello minimo toccati nelle ultime 52 settimane.
- Il dividendo (o altri benefici) distribuito negli ultimi 12 mesi.
- Il rendimento annuale: rapporto percentuale tra dividendo ed ultima quotazione rilevata.
- Il P/E (price/earnings), rapporto tra prezzo ed utili conseguiti (per azione).
- In milioni di Euro, al prezzo di Borsa e al cambio del giorno dell'ultima rilevazione.

N.D. = Non disponibile



Da questa edizione di **Vending Magazine**, Massimo Zanetti Beverage Group entra a far parte della lista di titoli monitorati. Dai massimi di giugno 2015 a quota 11,85 EUR, il titolo ha evidenziato una spiccata tendenza ribassista che, nonostante alcuni tentativi di recupero, è culminata nei minimi di fine ottobre 2018 a quota 5,38 EUR. Come si evince dal grafico qui sopra, l'ultima quotazione disponibile (25 ottobre 2019) ci mostra il titolo a fine scambi a quota 6,16 EUR.

Da qui in poi il titolo si è mosso in una sorta di **ampio movimento laterale** in cui i rialzi e i ribassi si sono alternati con una certa frequenza. Analizzando l'evoluzione dei prezzi nel breve periodo si nota come le quotazioni siano inserite in un **canale ribassista** (linee azzurre nel grafico) che parrebbe condurre i prezzi del titolo a ridosso del supporto a quota 5,5 EUR (linea tratteggiata arancione nel grafico) che, insieme al supporto successivo a quota 5,38 EUR, si mostra di particolare rilievo.

A questo punto, in attesa di movimenti di rilievo, possiamo individuare i **principali livelli di supporto e resistenza** identificabili rispettivamente nell'importantissima area compresa tra 5,5 e 5,38 EUR e 6,16 EUR (linea tratteggiata rossa nel grafico).



30.09.01.10.2020

M U N I C H

WWW.VENDTRA.COM



VENDTRA

VENDING TRADE FESTIVAL | GERMANY



OLYMPIAPARK
MÜNCHEN

MEDIAPARTNER:



QUOTAZIONI LATTE IN POLVERE

(dal 18.09.2018 al 15.10.2019)

- Unità di misura: Tonnellata metrica
- Prezzo espresso in: Dollari per Tonnellata
- Fonte: Asta GDT (Global Dairy Trade)



I prezzi del **latte scremato in polvere** continuano a mostrarsi in forte crescita in un contesto commerciale connotato dalla presenza di una domanda che si conferma tonica e in grado di sostenere le quotazioni del prodotto.

Parlando di latte andiamo a osservare un mercato di notevole importanza, ovvero quello della **Russia**. **Mosca** sta lavorando a stretto contatto con l'**Europa** e i dati in arrivo a mercato evidenziano **importazioni di bovini da latte dall'UE** per un totale pari a 45.000 unità, con un controvalore di circa 110 milioni di dollari.

I numeri giunti a mercato confermano quella che è una tendenza in essere ormai da tempo, in quanto nel 2019 siamo di fronte al secondo anno consecutivo in cui le importazioni di bovini da latte e il numero di capi acquisito da **Mosca** è già il doppio di quello del 2016.

L'attuale situazione di mercato è attribuibile ai fatti verificatisi nel 2014, **quando la Russia invase parte dell'Ucraina**. In risposta, **UE, USA e Australia** imposero dure sanzioni atte a colpire l'economia del **Cremlino** che, da par suo, **vietò l'importazioni di numerosi prodotti tra cui alcuni del settore lattiero-caseario** provocando un forte calo nelle quotazioni globali che solo ora pare essere stato assorbito dai mercati di riferimento.

La domanda da parte dei consumatori russi, tuttavia, è forte, ragion per cui il Paese si sta attrezzando al fine di divenire in grado di produrre in loco quanto necessita al fine di soddisfare la richiesta, ma la Russia ha ancora molta strada da percorrere, con una produzione per capo che risulta inferiore di oltre il 50% rispetto a quella, ad esempio, degli **Stati Uniti**. Un terzo della produzione russa di latte, inoltre, proviene da realtà a conduzione familiare dove la mungitura viene ancora effettuata senza l'impiego di tecnologia.

QUOTAZIONI CACAO

(dal 20.10.2014 al 28.10.2019)

- Unità di misura: Tonnellata metrica
- Prezzo espresso in: Dollari USA
- Borsa: New York (Nybot)



I **principali produttori di cacao** hanno abbandonato la proposta di sospendere i **programmi di stabilità** tanto cari alle aziende di cioccolato. La notizia giunge a mercato appena pochi giorni dopo l'annuncio di un possibile intervento in direzione diametralmente opposta.

Costa d'Avorio e Ghana, che pesano per oltre il 60% della **produzione globale**, avevano minacciato i **produttori di cioccolato** di abbandonare i programmi di sostenibilità (che consentono alle aziende che trasformano il **cacao** di garantire ai consumatori che la fornitura utilizzata non proviene da aree protette e non è stata realizzata utilizzando il lavoro minorile) al fine di stimolare le aziende interessate ad aderire al **LID (Living-Income Differential)**.

Il **LID** (che include un sovrapprezzo di 400 dollari per tonnellata) è **fortemente sostenuto dai governi di Costa d'Avorio e Ghana**, i quali sottolineano che i programmi di sostenibilità fini a se stessi favoriscono solamente alcuni coltivatori, mentre il nuovo programma di sostegno va ad agire ad ampio spettro, interessando l'intera comunità dei produttori di cacao.

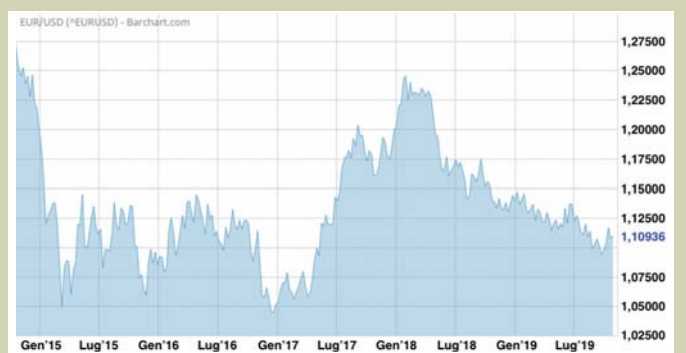
"Dopo una iniziale difficoltà nel comunicare con l'industria di settore, abbiamo ora la chiara comprensione del fatto che le aziende supportano il LID, ragion per cui abbiamo mantenuto intatti i programmi di sostenibilità" (**Joseph Boahen Aidoo** e **Yves Kone**, rispettivamente CEO del **Ghana Cocoa Board** e CEO del **Le Conseil de Cafe Cacao** della **Costa d'Avorio**).

Da quando il **LID** è divenuto realtà, molte aziende di settore si sono mostrate restie ad aderirvi, in quanto avrebbero difficoltà nel coprire i costi aggiuntivi che il programma comporta. Gli operatori di settore, inoltre, hanno espresso timore in merito al possibile generarsi di un eccesso di offerta in grado di abbattere i prezzi.

QUOTAZIONI EURO / DOLLARO

Dollaro con data di partenza 20 ottobre 2014 ed ultima rilevazione al 28 ottobre 2019

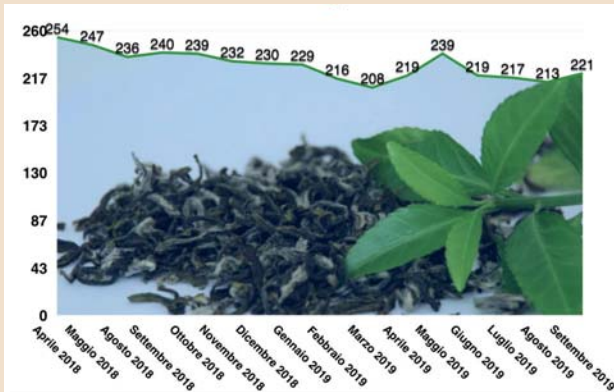
(Grafico della Major Euro)



INDICE DEI PREZZI DEL TÈ IN FOGLIA

(da Aprile 2018 a Settembre 2019)

- Fonte: Africa Tea Brokers
- Unità di misura: USd/Kg



I prezzi del Tè si mostrano stabili, in un contesto che vede il mercato posto sotto pressione da una fornitura abbondante che si ripercuote soprattutto sui prezzi del prodotto coltivato in Kenya, con le ultime aste tenutesi a Mombasa contraddistinte da quotazioni contenute.

Il Kenya, maggior esportatore mondiale, sta ancora pagando lo scotto per un clima che si è rivelato eccezionalmente favorevole ai raccolti e per un costante miglioramento nelle tecniche di coltivazione.

La produzione giunge a mercato da una miriade di piccole realtà produttive che, complessivamente, pesano per il 90% della produzione totale della nazione africana. Questi piccoli coltivatori si mostrano in una fase di sofferenza derivante dai prezzi contenuti del prodotto, ma anche le multinazionali di settore non versano in una situazione migliore, con costi di produzione in costante aumento che riducono sensibilmente i profitti.

Su base globale si registra la presenza di un grosso surplus produttivo di circa 200 milioni di Kg derivante da una produzione ingente nel 2018.

L'Africa pesa per oltre il 12% della produzione globale di Tè - circa 717 milioni di Kg la produzione globale di Tè - con le esportazioni del Kenya che sono quantificate in 654 milioni di kg.

Lerionka Tiampati, amministratore delegato di Kenya Tea Development Agency (KTDA), ha spiegato che l'enorme aumento della produzione di Tè ha avuto un impatto significativo sui prezzi globali del prodotto e sulle entrate delle aziende locali. Nella sua analisi Tiampati suggerisce, per il Kenya, una riduzione della dipendenza della nazione dalle esportazioni di Tè tramite l'attuazione di programmi in grado di aumentarne l'utilizzo in loco.

QUOTAZIONI ZUCCHERO RAFFINATO

(dal 20.10.2014 al 28.10.2019)

- Unità di misura: Tonnellata
- Prezzo espresso in: Dollari USA
- Borsa: Londra



I prezzi dello Zucchero si mantengono a livelli contenuti a causa del protrarsi di un'offerta globale particolarmente elevata e, in questo contesto, si inserisce l'India.

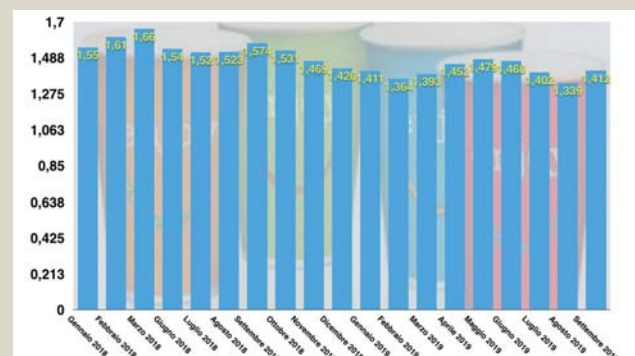
Cinque produttori indiani affermano, infatti, che i laboratori locali stanno vendendo, in modo aggressivo, grosse quantità di zucchero all'Iran. Una situazione indotta, a loro dire, dai sussidi concessi dal governo all'industria locale affinché quest'ultima possa esportare il surplus a magazzino. Le esportazioni di zucchero indiane verso l'Iran potrebbero tradursi in una significativa pressione sui prezzi del dolcificante nella piazza internazionale, ma, al contempo, aiuterebbero l'India a ridurre le scorte elevate che hanno abbattuto i prezzi in loco. Le sanzioni USA hanno escluso l'Iran dal sistema finanziario globale: tali sanzioni vietano l'utilizzo di dollari negli scambi commerciali aventi il petrolio come oggetto e l'Iran ha accettato di vendere greggio all'India utilizzando come valuta la rupia indiana che, tuttavia, può essere reimpiegata solamente per acquistare prodotti indiani, in particolare quelli la cui produzione interna risulta inefficace nel coprire le esigenze nazionali.

I commercianti hanno concluso contratti per esportare in Iran circa 350.000 tonnellate di dolcificante tra ottobre e dicembre ad un prezzo di circa 302 dollari per tonnellata, contro i 347,6 dollari per tonnellata dello zucchero bianco sulla piazza internazionale. I dati dell'India evidenziano anche esportazioni verso Sri Lanka, Afghanistan e Paesi africani per 150.000 tonnellate con un prezzo medio di 315 dollari per tonnellata. Il governo indiano ha approvato una sovvenzione di 10.448 rupie per tonnellata su esportazioni per 6 milioni di tonnellate nel corso della stagione 2019-2020, iniziata il 1° ottobre 2019. Le attese di mercato sono per esportazioni di zucchero dell'India pari a 4 milioni di tonnellate.

QUOTAZIONI POLISTIRENE

(Quotazioni da gennaio 2018 a settembre 2019)

La quotazione del Polistirene qui proposta è fornita da Plastic Portal. Il fornitore del servizio utilizza come unità di misura EUR / Kg



QUOTAZIONI DEL CAFFÈ ARABICA

(dal 20.10.2014 al 28.10.2019)

- Unità di misura: Libbra (453,6 grammi)
- Prezzo espresso in: Cent. di Dollaro USA
- Borsa: New York



QUOTAZIONI DEL CAFFÈ ROBUSTA

(dal 20.10.2014 al 28.10.2019)

- Unità di misura: Tonnellata
- Tipo contratto: 10 Ton
- Prezzo espresso in: Dollari USA
- Borsa: Londra



CAFFÈ: IL ROBUSTA “SCALDA I MOTORI”

L'industria del **caffè** dell'**Indonesia**, terzo maggior produttore di **robusta** su base mondiale, sta facendo di tutto per aumentare la produzione proprio in un momento che vede la produzione complessiva alle stelle e i prezzi del prodotto in forte calo sulla piazza internazionale.

Nel giro di 5 anni, secondo le dichiarazioni rilasciate dalla **Association of Indonesian Coffee Exporters and Industries** nella persona del dirigente della stessa, **Pranoto Soenarto**, i coltivatori indonesiani aumenteranno la produzione di robusta del 50%-60%, rischiando così di “sommeregere” il mercato.

“Chiedo a tutte le parti interessate – spiega **Pranoto Soenarto** – e in particolare ai torrefattori, di lavorare insieme al fine di sostenere i coltivatori con un aumento di finanziamenti e produttività”.

Un **aumento della fornitura in arrivo dall'Indonesia** metterebbe a dura prova la tenuta dei futures sul **robusta** che, recentemente, sono scesi sino ai livelli più bassi dal 2008 a oggi. L'**Indonesia**, nella sua corsa, è in diretta competizione con **Brasile** e **Vietnam**, con il primo che, già leader nel mercato dell'**arabica**, è pronto a rivendicare il titolo di “top performer” anche nel settore del **robusta**.

La **Association of Indonesian Coffee Exporters&Industries** sta preparando, una vera e propria tabella di marcia al fine di ottenere il tanto desiderato aumento produttivo. Il progetto prevede, tra le altre cose, l'istruzione degli agricoltori nell'utilizzo di fertilizzanti e semi di qualità elevata, ma non solo, in quanto nel mirino dell'associazione di settore vi è anche l'ottenimento di maggiori fondi e la protezione delle piantagioni da malattie tipiche del prodotto e attacchi parassitari.

Caffè: fotografia del mercato indonesiano

La varietà **robusta** pesa per il 72% della **produzione di caffè dell'Indonesia**, mentre la restante parte è costituita da varietà **arabica** (18%) e da altre varietà di prodotto come la **excelsa** e la **liberica**. Due Milioni di agricoltori sono impegnati nella coltivazione di caffè con un'area dedicata al prodotto pari ad 1,2 milioni di ettari. La produzione del 2019 è attualmente stimata in 700.000 tonnellate. Tra le aree che più si prestano a un aumento della produzione troviamo **Borneo e Sumatra**. La **Association of Indonesian Coffee Exporters&Industries** prevede un aumento della domanda estera, con la **Cina** in testa a guidare questo incremento grazie a un passaggio dei giovani a uno stile di vita più occidentale. Alla luce di queste proiezioni i coltivatori dovrebbero continuare a dedicarsi al **caffè**, in quanto il picco di domanda potrebbe palesarsi in un momento di carenza di offerta in cui la produzione indonesiana andrebbe inserirsi agevolmente, colmando il gap creatosi.

Il **consumo cinese di caffè**, nell'ultimo decennio, è aumentato di circa 9 volte a 189.300 tonnellate nel corso della stagione 2018-2019 (fonte **USDA**).

Consumo

L'aumento produttivo tanto ricercato è di vitale importanza per l'Indonesia, anche a causa della crescita del consumo interno che, quest'anno, è stimato in 300.000 tonnellate.

Nell'ultimo decennio il **consumo di caffè in Indonesia** si mostra più che raddoppiato a un tasso di crescita del 5%-6% annuo.

Fonte Bloomberg

A cura di Gabriele Picello redattore capo per Commodities Trading

N.B. Ove non specificato, le notizie relative alle materie prime sono da intendersi con fonte Reuters, NovaCana, CafePoint

Tabelle titoli e grafici con fonte Investing e Barchart

**BE-
KIND™**

**ingredienti
che puoi
vedere e
pronunciare™**



BE-KIND, provalo!™

Da oggi nei tuoi distributori automatici



laRhea
macchine per caffè - milano

laRhea

goes Coffee Shop

tradizionale



Espresso
Napoli



Macchiato
1987



Cappuccino
Vero



Latte Macchiato
Tonic



discover the *laRhea goes Coffee Shop* concept

www.rheavendors.com