



CON E-LUNCH *il pranzo è servito*

Si rafforza la presenza della società, promossa da Risto 3, nel campo dei ticket pasto. Da marzo il servizio sarà esteso ai dipendenti del Comune di Trento. Ridotte al minimo le commissioni addebitate ai ristoratori a tutto vantaggio anche dei consumatori

Il pranzo fuori casa ha assunto un ruolo sociale rilevante. Sono oltre 7 milioni i lavoratori italiani che consumano il pasto di mezzogiorno lontani dalle mura domestiche. Più di un terzo (2,2 milioni di occupati, per la precisione), usufruisce dei buoni pasto messi a disposizione dalle aziende. In una normale giornata di lavoro circolano nel nostro Paese buoni mensa per un valore di 11 milioni di euro. Il volume d'affari di questo mercato è ammontato nel 2006 a 2,3 miliardi di euro, un valore triplo rispetto ad appena sei anni fa.

L'offerta è fortemente concentrata: l'azienda leader, titolare del marchio Ticket Restaurant, ha una quota di mercato pari al 40%, mentre le prime sei superano, insieme, l'80%. Al decimo posto si colloca Cir, cooperativa di Reggio Emilia, che ha tra i suoi clienti la Federazione Trentina della Cooperazione. Gli esercizi pubblici convenzionati sono più di 65 mila, tra ristoranti, trattorie, pizzerie, fast food, bar, pub, paninerie, ...

Sul mercato locale dei buoni pasto sta acquisendo posizioni la società e-Lunch, costituita dalla cooperativa Risto 3, socio di maggioranza con il 45% del capitale, e dalle associazioni di categoria dei ristoratori e dei pubblici esercizi del Trentino e dell'Alto Adige, tra cui l'Unione Commercio Turismo di Trento (21%) e l'Associazione albergatori di Bolzano (20%). Dice Stefano Raffaelli, presidente di e-Lunch: "Quando siamo partiti nel 2005 ci siamo posti come missione quella di contrastare lo strapotere delle multinazionali che controllano il nostro settore vincendo al massimo ribasso le gare per la fornitura dei buoni. Questa formula penalizza i ristoratori, su cui le aziende vincenti si rivalgono applicando alte commissioni".

In molte gare d'appalto le società che emettono i buoni arrivano a proporre sconti alle aziende sopra la soglia del 15%. Un caso recente eclatante è quello della gara indet-

ta dall'Inps aggiudicata con un ribasso del 18,1%. È evidente che per realizzare profitti le ditte che gestiscono i ticket devono poi imporre sconti esorbitanti ai ristoratori, che sono forzati per rientrare dai costi ad aumentare i prezzi o ad abbassare la qualità del servizio.

In controtendenza e-Lunch ha adottato una politica commerciale che minimizza le commissioni a carico degli esercenti. A gennaio la società, in associazione temporanea con Blueticket, ha vinto la gara per la fornitura per 5 anni dei buoni pasto al Comune di Trento azzerando nell'offerta la commissione a spese dei ristoratori. "Ci impegneremo inoltre – aggiunge Raffaelli – a saldare le fatture degli esercenti a pronti. Con le multinazionali i tempi d'attesa sono anche di tre mesi". Indirettamente i vantaggi ricadranno sui clienti, che – sottolinea Raffaelli – "potranno ricevere un servizio di ristorazione di qualità e a prezzi inferiori". L'utile di e-Lunch scaturirà dalla differenza tra l'iva a credito (4%) verso i committenti e l'iva a debito (10%) verso i ristoratori.

Attualmente sono una sessantina le aziende del Trentino Alto Adige che usano buoni e-Lunch. Tra di esse: Itas Assicurazioni, Trentino Servizi e Informatica Trentina. Gli esercizi convenzionati sono 1400, nella metà il ticket cartaceo è stato sostituito dal badge elettronico. E-Lunch non addebita ai ristoratori il noleggio del lettore delle tessere magnetiche. "I nostri concorrenti si fanno pagare un canone di 100 euro all'anno", aggiunge Raffaelli, che si sofferma sulla partnership stabilita con Itas: "Dimostrando di credere al nostro progetto hanno accettato uno sconto inferiore a quello che altri fornitori avrebbero potuto praticare. Da questa scelta trae vantaggio il territorio: i ristoratori e gli utenti finali".

E-Lunch prevede di realizzare nel 2008 un volume di affari di 3,5 milioni. (c.c.)