



Venditalia 2014 si è inaugurata con la conferenza stampa di apertura, introdotta e conclusa dal Presidente di Confida e di Venditalia Servizi **Lucio Pinetti**, cui hanno preso parte in veste di relatori **Alessandro Fischetti** responsabile della piattaforma Leanus, **Claudio Picci**, Consigliere di Direzione di Confida nonché AD della torrefazione Covim S.p.A. e **Pao-lo Boggio**, Global Food&Beverage Exhibition Manager di Fiera Milano S.p.A.

Seppur brevi, gli interventi dei relatori sono riusciti nel complesso a disegnare lo **status quo del vending** alla luce dei risultati dello scorso anno, focalizzando le criticità ancora in essere e proiettando il settore verso il 2015, anno in cui vi sarà una **Edizione Straordinaria di Venditalia**, grazie alla quale la distribuzione automatica potrà cavalcare l'onda entusiastica di Expo 2015.

Il presidente di Confida ha in primo luogo espresso il proprio **apprezzamento a tutte le aziende partecipanti**, le quali hanno mostrato di credere nella manifestazione e, soprattutto, di avere fiducia nella ripresa e lo hanno dimostrato attraverso l'allestimento di stand attraenti e ricchi di prodotti innovativi. Segnale tangibile del fatto che, nonostante il perdurare delle difficoltà, la distribuzione automatica italiana è in grado di reagire a testa alta dando risposte concrete che implicano importanti investimenti economici e, dunque, ancora sforzi. A sostegno di questo atteggiamento, la risposta unanime del comparto con un **tutto esaurito degli spazi espositivi** per complessivi 27.000 mq, un'area rimasta sostanzialmente invariata rispetto all'edizione 2012. Anzi, **l'incremento del numero degli espositori esteri** (20% del totale) e **dei nuovi espositori** (25% del totale) è un'ulteriore dimostrazione di quanto la fiera italiana sia accreditata internazionalmente e di quanto cresca la voglia di investire in questo settore. E, da questo punto di vista, Venditalia si pone in controtendenza rispetto alle altre fiere di settore europee.

A supportare in concreto le parole del presidente Pinetti, i dati rilevati dall'analisi del settore rispetto al 2013 esposti da Alessandro Fischetti, responsabile di Leanus, società che dal 2010 segue l'Osservatorio Confida, analizzando le informazioni che gli operatori depositano presso le Camere di Commercio.

L'approfondimento dei dati nell'articolo di Alessandro Fischetti nelle pagine a seguire.

Crediamo che la definizione del vending con la quale il presidente di Confida ha concluso la conferenza sia l'esatta fotografia della distribuzione automatica di oggi "l'anello di collegamento tra il virtuale e il reale", indicando in questo modo la strada che il vending percorrerà oggi e nel futuro.

Un futuro prossimo segnato dalla partecipazione del vending a **Expo 2015** con una Special Edition di Venditalia in partnership con **Tuttofood** che avrà luogo **dal 3 al 6 maggio**, durante la prima settimana di Expo 2015.

Un'occasione di visibilità unica per gli operatori e una partnership che dimostra l'importanza che la distribuzione automatica riveste nel comparto agroalimentare, come ha sottolineato Paolo Boggio, Global Food&Beverage Exhibition Manager di Fiera Milano S.p.A.



Inquadra il QR Code e guarda l'intervista con Lucio Pinetti e la versione integrale della conferenza stampa

La conferenza stampa d'inaugurazione di Venditalia 2014



In occasione della conferenza stampa di apertura, il presidente di Confida Lucio Pinetti ha correttamente colto l'occasione per ricordare i numeri del Vending, un settore importante che vede l'Italia giocare ancora una volta il ruolo di leader internazionale.

- **2,2 miliardi di euro il totale ricavi delle gestioni**
- **1.500 imprese**
- **circa 30.000 dipendenti, tra diretti e indiretti**
- **6 miliardi di consumazioni**
- **2,4 milioni di macchine installate**
- **Caffè e acqua rappresentano ancora la porzione prevalente dei consumi**

Numeri eccezionali per un settore relativamente giovane, capace di interpretare e modificare le abitudini dei consumatori. Numeri che fanno onore alle migliaia di imprenditori, manager e lavoratori del Vending.

Ma come vengono elaborate tali informazioni? Sono attendibili?

Per rispondere a questa domanda andrebbero fatte molte precisazioni, la più importante delle quali riguarda la distinzione tra "Previsione", "Stima" e "Rendicontazione".

La **Previsione** ha come obiettivo quello di ipotizzare, attraverso un percorso logico, il valore assunto da un fenomeno nel futuro.

In questi giorni, ad **esempio**, stiamo elaborando la previsione di quale sia la variazione dei ricavi del Vending a fine 2014. Nonostante le previsioni si basino su metodi statistici e modelli molto evoluti, i risultati che ne derivano possono essere affetti da un elevatissimo margine di errore, proprio a causa dell'impossibilità oggettiva di anticipare fenomeni non prevedibili al momento dell'elaborazione delle previsioni (es. variazioni significative del clima che modificano le abitudini di consumo, campagne mediatiche in favore o contro i consumi, etc).

La **Stima** invece ha come obiettivo quello di elaborare un dato sulla base di informazioni parziali, assumendo l'ipotesi secondo la quale se un sottinsieme rilevante del fenomeno osservato ha un determinato comportamento noto, allora è altamente

A cura di
Alessandro Fischetti



L'Imprenditore srl - è una società italiana che fornisce dati ufficiali (camerali, catastali, etc) ed informazioni di soggetti nazionali ed internazionali attraverso il portale www.leanus.it e/o attraverso i propri collaboratori e partners.

Leanus è distributore ufficiale di Infocamere, la società consortile delle Camere di Commercio, che gestisce l'unico archivio ufficiale e garantito per legge delle informazioni camerali (Visure, Protesti, Bilanci, etc).

Leanus è partner di Informa D&B, il principale operatore spagnolo, e di Bisnode D&B - Svizzera, gruppo che vanta oltre 3.000 dipendenti e la presenza in 19 mercati europei.

probabile che anche l'intero fenomeno, anche per la parte non osservata, possa comportarsi allo stesso modo.

L'**esempio** più calzante riguarda la "stima" dei dati sul Vending relativa al 2013. Si tratta infatti di un fenomeno già concluso, di cui si conoscono solo alcune informazioni (al momento in cui scriviamo sono stati pubblicati e resi disponibili poco più di una ventina di bilanci su oltre 700) e che ha come obiettivo quello di valutare quale possano essere stati i risultati del vending nel 2013 prima che siano disponibili per l'analisi tutti i bilanci.

In questo caso il grado di attendibilità è molto più elevato rispetto alle previsioni poiché tutti i fenomeni che riguardano l'analisi sono noti al momento dell'elaborazione.

La **Rendicontazione**, infine, riguarda la capacità di misurare un fenomeno già avvenuto di cui si conoscono tutti i dati (in statistica si parla di "statistica descrittiva").

Leanus, che elabora l'Osservatorio del Vending dal 2010, ha come primo obiettivo quello di "rendicontare" i risultati del settore ovvero di descriverne l'andamento analizzando tutti i dati disponibili, ufficiali e certificati.

Attraverso il collegamento diretto con il Registro ufficiale delle Imprese, infatti, Leanus riceve ed elabora in tempo reale il 100% dei bilanci che le imprese

includono nell'Osservatorio depositano annualmente. Questa è la ragione per cui la **pubblicazione dell'osservatorio della distribuzione automatica** che include il dettaglio degli operatori, delle relative performance, le classifiche, i benchmark e molto altro **avviene generalmente nel mese di ottobre**, ovvero solo dopo che il deposito dei bilanci è stato completato.

Come è stato possibile, quindi, fornire le stime sui risultati del 2013?

È stato possibile grazie alla **collaborazione con Accenture** che, seppur in maniera anonima, ha fornito alcuni dati rilevanti relativi a un campione altamente rappresentativo di imprese di Gestione.

Questi ultimi, incrociati con i pochi bilanci 2013 già disponibili e con l'Osservatorio Leanus 2012, hanno consentito di elaborare la miglior stima dei risultati 2013, stima che sarà confrontata entro il mese di ottobre 2014 con i risultati ufficiali.

La stima sui risultati 2013, presentata in occasione della Conferenza Stampa, conferma il trend già evidenziato sugli anni precedenti, ovvero:

- **Crescita pari al 2-3% sui Ricavi**, dovuta, secondo Accenture, ad un incremento dei prezzi che ha controbilanciato sia la riduzione dei consumi che



il numero di macchine installate.

- **Indebitamento in calo**, probabilmente dovuto alla “stretta creditizia” ovvero alla difficoltà da parte del sistema bancario di erogare nuova finanza agli operatori del Vending
- **Ottimo livello di affidabilità**; quasi il 60% delle imprese fa registrare un livello di affidabilità buono o addirittura ottimo
- **Elevatissima concentrazione del business su pochi operatori**. Il 40% dell’intero mercato, infatti è concentrato solo su 8 delle oltre 1,500 gestioni
- **Ottimi risultati economici**. Rimane alto il margine lordo medio così come il risultato o utile di esercizio
- **Crescita dell’occupazione**. Sembrerebbe infatti che il 2013 abbia fatto registrare un incremento degli addetti

dei gestori compreso tra 800-1.000 unità

- **Crescita degli investimenti**, segnale della volontà del settore di puntare al futuro e lasciarsi la crisi definitivamente alle spalle.

Ma proviamo insieme a capire come utilizzare questi dati e perché sono estremamente importanti per tutti i Gestori.

Conoscere ed interpretare i dati vuol dire sapere **identificare quali sono i driver che consentono di aver maggior successo**, vuol dire essere in grado di delineare il profilo del gestore ideale e l’influenza che ha sui risultati la dimensione, l’area geografica, il modello di business, la struttura dei costi, la Go-

vernance, etc.

Di seguito per ciascuna variabile rilevante abbiamo indicato, oltre al valore medio stimato per il 2013, **i Peggiori e i Migliori registrati nel 2012**.

Provate a valutare la vostra impresa su ciascuna delle 8 variabili indicate e a rispondere alle seguenti domande pensando al perimetro del business in cui operate:

- Quante sono le imprese vostre concorrenti che nella vostra area geografica fatturano oltre 1.000.000 di Euro?
- Quali di queste sono cresciute più del 20% e perché?
- Quelle che registrano il minor costo del personale, vanno meglio o peggio delle altre gestioni?
- Quali sono le gestioni in crisi e perché?

Osserviamo il seguente schema

Variabile Osservata	Peggiori	Valore Medio	Migliori
Dimensione (Ricavi)	Euro 23.277	Euro 3.684.141	Euro 271.177.000
Crescita	-69%	+2.8%	+35%
Indebitamento	120%	37%	0%
Rischiosità	-30	1,45	40
Concentrazione	Dato non disponibile per singola impresa		
Performance	-48%	+1,6%	+40%
Costo del Personale	80%	24,5%	8,2%
Investimenti	0%	+2%	+120%

Ma quali sono le caratteristiche ideali del Gestore? E’ possibile desumerle attraverso l’analisi dei dati?

La risposta è si, soprattutto se si è in grado di unire la capacità di analisi dei dati alla conoscenza diretta del settore. Facciamo un **esempio**, lasciando poi alla curiosità dei singoli, la facoltà di approfondire ulteriormente l’analisi. Il dato complessivo è ormai noto a tutti. Il Totale Ricavi delle Gestioni è pari a circa 2,2 Miliardi, il 40% dei quali concentrato su 8 grandi Imprese.

Ma sono gli stessi 8 gruppi quelli che generano maggior ricchezza?

La risposta è no. Infatti l’analisi della distribuzione degli utili dimostra che il 40% degli utili complessivi del Vending (pari a circa 27 milioni di Euro) sono generati da 8 Gestioni – di medie dimensioni - che fatturano fino ad un massimo di 40 milioni di Euro ciascuna. In altri termini, **8 gestioni che in totale generano solo il 7% dei ricavi** del set-

tore (153 milioni di euro) e il **42,5% degli utili complessivi** (11,5 milioni di euro).

Crediamo che questo dato vada ulteriormente sottolineato: 8 imprenditori che generano solo il 7% dei Ricavi “portano a casa” il 42,5% degli utili complessivi dell’intero settore.

Ma proviamo a delineare un profilo di tali gestioni

L’analisi di dettaglio mette in evidenza alcuni aspetti di sicuro interesse

- Sono presenti 1 per ogni grande regione del Centro / Nord Italia
- Hanno in media 15 milioni di ricavi e non superano i 40
- Sono generalmente aziende familiari (non partecipate da investitori istituzionali)
- Hanno una forte presenza locale (alte quote di mercato locali)

Dal punto di vista dei risultati contabili:

- Il margine operativo lordo è sempre maggiore del 15%

- Fanno ruotare il magazzino molto rapidamente
- Sono generalmente molto patrimonializzate e poco indebitate

Nella tabella della pagina seguente riportiamo i principali valori medi registrati da queste 8 imprese virtuose nel periodo 2009-2012.

Utilizzando la tabella, ciascun Gestore del Vending potrà confrontare i dati della propria impresa con quelli degli 8 “champions”.

Siamo convinti che fare attività imprenditoriale senza conoscere i dati del settore e dei propri concorrenti equivale ad andare per mare senza bussola e senza GPS o a far attività sportiva senza sapere quali sono i tempi o gli avversari da battere.

Per questa ragione, in collaborazione con la rivista **Vending News**, abbiamo deciso di investire parte del nostro tempo per fornire ai Gestori strumenti, punti di riferimento ed informazioni

per contribuire alla ulteriore crescita del settore.

I vostri commenti e i vostri feedback sono per noi fondamentali. Solo attraverso i vostri commenti potremo ulteriormente affinare gli strumenti e offrire un servizio migliore.

Per tutte le info
www.leanus.it
marketing@leanus.it

Alcune definizioni

- **Dimensione.** La dimensione è data dai Ricavi della sola gestione caratteristica (pari cioè a battute per prezzo unitario); Altri Ricavi e altri proventi non entrano a far parte della voce Ricavi.
- **Crescita.** È la variazione percentuale dei Ricavi tra un esercizio e il successivo. La crescita puo' essere dovuto ad un incremento dei prezzi, ad un incremento del numero di battute o ad entrambi.
- **Indebitamento** o più correttamente debiti finanziari. Sono inclusi nel calcolo solo i debiti vs banche. Nella tabella è riportato il rapporto tra debiti finanziari e Ricavi

	2009	2010	2011	2012
A - Ricavi	100	100	100	100
1.1 - Acquisti	-36,7	-34,8	-38,9	-34,5
1.2 - Variazioni e Rimanenze	0	0,3	4,1	0,2
1 - Consumi	-35,7	-34,6	-34,9	-34,3
B - Valore aggiuntivo (A + 1)	64,3	65,4	65,1	65,7
3 - Totale costi	47,1	46,3	46,7	47,6
D - MOL (EBITDA) (B - 3)	17,2	19,1	14,4	18,1
4 - Ammortamenti	-9,4	-9,3	-8,9	-9
E - MON (EBIT) - (D + 4)	-7,8	9,7	9,5	9,1
5 - Gestione Finanziaria	-0,2	0	-0,2	-0,1
6 - Gestione Straordinaria	0,5	0,2	1,5	2,4
F - Reddito Ante Imposte (EBIT) (E + 5 + 6)	8,1	10	10,7	11,4
7 - Imposte	-2,9	-3,6	-3,5	-3,9
G - Reddito Netto (F + 7)	5,1	6,3	7,3	7,5
Costo Personale/Costi Totali (%)	44,8%	45,5%	44,6%	44,7%
Costo Personale/Ricavati (%)	21,1%	21,1%	20,8%	21,3%

- **Rischiosità.** Probabilità di un'azienda di andare in default nei successivi 2 anni. Un valore del Leanus Score maggiore di 3 indica basso rischio; un valore del Leanus score <0 indica alto rischio. -30 indica che il capitale sociale è stato abbattuto.
- **Concentrazione.** Indica il numero di imprese presenti in una medesima area geografica
- **Performance.** Indica la capacità dell'impresa di generare ricchezza nel

corso di un anno di attività. Generalmente la performance è misurata valutando, la crescita dei ricavi, il Margine Operativo Lordo e l'Utile Netto.

- **Costo del Personale.** Indica il Totale dei costi sostenuti per il personale in rapporto ai ricavi
- **Investimenti.** Indica l'incremento degli investimenti registrato tra un anno e il successivo in immobilizzazioni materiali, immateriali e finanziarie.

Vending News ® - Riproduzione riservata



www.albatramezzini.it

Nuovi snack linea FORNO
 PIZZA MARGHERITA | PIZZA DIAVOLA | CALZONE | NUGGETS

VINCITORE ASSOLUTO 2014

