

«RISTORAZIONE COLLETTIVA L'INNOVAZIONE È POSSIBILE»

La filiale italiana di Elior, multinazionale francese, ha una quota di mercato del 20%, che cresce grazie ad acquisizioni mirate. Dopo la maxi commessa sui Frecciarossa, il futuro è una proposta gourmet e anche online

di **Fabio Savelli**

Il gruppo Elior, leader in Italia nel settore della ristorazione collettiva e quotato a Parigi, è un osservatorio privilegiato per inquadrare questo settore. Un settore che vale sei miliardi e mezzo di euro in Italia e che serve ogni anno un miliardo e mezzo di pasti ai propri clienti.

Il mercato, altamente competitivo e alle prese con i budget ridotti delle aziende-clienti, sta sperimentando un momento di transizione tra chi investe sui servizi a valore aggiunto come i menù su misura e in mobilità e chi faticosamente insegue l'innovazione e rischia di essere fagocitato dalle realtà maggiormente patrimonializzate. Mentre negli altri Paesi europei il leader di mercato ha una quota compresa tra il 40 e il 50% dei volumi complessivi in Italia lo spartito è diverso.

La parte del leone la fa Elior Italia con una quota domestica di circa il 20% che sta accrescendo anno su anno grazie ad acquisizioni per linee esterne e all'aggiudicazione di clienti privati ed appalti nel settore corporate, della scuola, del socio-sanitario e del travel catering. La tendenza al consolidamento nel mercato sarà inevitabile nei prossimi anni visti i margini economici in riduzione sugli appalti.

Scenari

Uno scenario, spiega Lino Volpe, presidente di Elior Italia, che «premierà sempre di più chi saprà fornire un'offerta modulare come quella di Elior Italia che spazia dalla ristorazione gourmet, top di gamma, alle caffette-

rie o ai minibar sui treni come avviene sulle 320 Frece in circolazione sulla rete dell'alta velocità» grazie ad un maxi-commessa da 120 milioni di euro all'anno con Itinere.

Elior ha una storia ormai consolidata nel nostro Paese, che si origina dall'acquisizione di Ristochef nel 2000 che le ha permesso di entrare prepotentemente sul mercato. Negli anni a seguire è ulteriormente cresciuta attraverso diverse acquisizioni come quella della concorrente Gemeaz avvenuta nel 2012. Spiega l'amministratore delegato di Elior Italia Rosario Ambrosino che «la ristorazione collettiva sta sempre più sperimentando un'innovazione tecnologica senza precedenti in cui l'obiettivo di gran parte dei player è il pasto *on demand*, ordinabile anche online da parte del dipendente che per motivi professionali lavora su più turni, di giorno e di notte, o da remoto. Mi riferisco alle nostre soluzioni innovative "Food360", ristoranti chiavi in mano per chi non ha la cucina in azienda e vuole offrire ai propri dipendenti un pasto di qualità, equilibrato e completo». Ciò implica per le aziende del comparto uno sforzo organizzativo non indifferente in termini di logistica. Perché presuppone una filiera integrata dalla materia prima all'utente finale, cercando di ridurre al minimo gli sprechi, in linea con tutti i principi della sostenibilità. Il quadro è agevolato certo da una fiscalità di vantaggio, perché si applica l'Iva al 4% dei beni primari, ma è chiaro che bisogna essere in grado di rispondere alle esigenze di una clientela sempre più variegata ed esigente e un quadro normativo

sempre più vincolante.

Elior è un fornitore della ristorazione nella Sanità, in cui i committenti sono le Regioni e i beneficiari finali i pazienti e i dipendenti degli ospedali. In termini di nutrizione, viene ancora richiesta una ampia varietà dei menu su base mensile senza tenere conto che la durata dell'ospedalizzazione è ormai ridotta a favore dei day hospital. Nella scuola poi l'alto numero dei committenti complica ulteriormente i piani dei big della ristorazione collettiva. Perché se pur in prima battuta sono i Comuni a elaborare i bandi di gara per le scuole, sono poi le Asl a elaborare i menu, e a pagare il costo sono ovviamente i genitori dei bimbi e ragazzi che frequentano gli istituti. Qualche volta si registrano inadempienze nei pagamenti che creano qualche complessità alle aziende del settore, che si trovano ad anticipare le spese e a sperimentare un disallineamento temporaneo nei flussi di cassa.

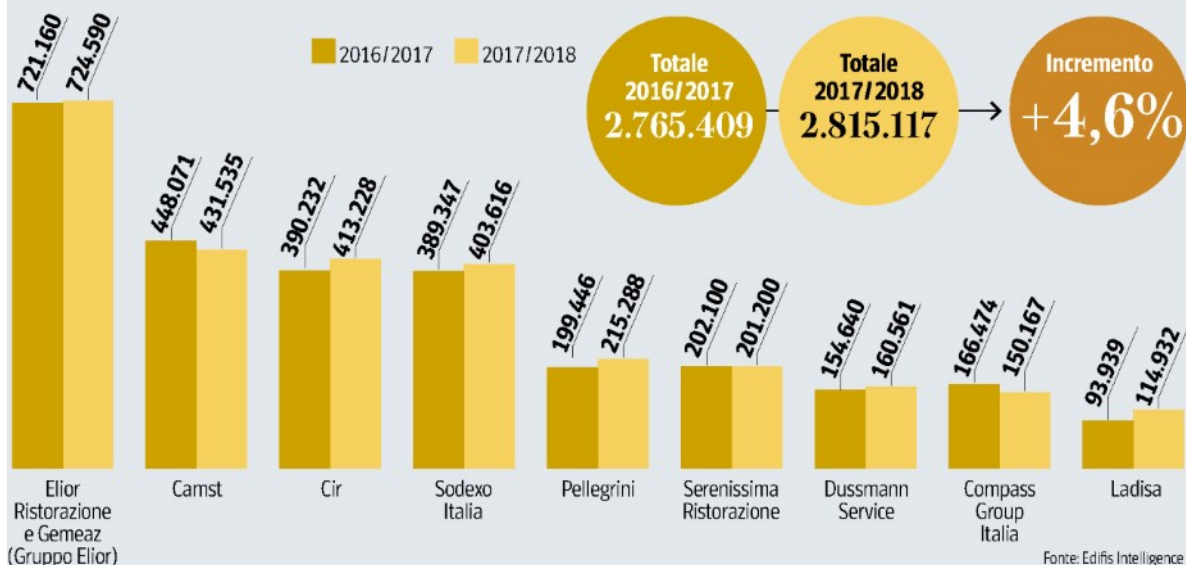
Per la clientela corporate (tra i suoi clienti Elior annovera BNL BNP Paribas, Unicredit, Enel, Ferrero, importanti musei) l'approccio è diverso. Parliamo di welfare, non solo di ristorazione. L'attenzione è per la qualità del cibo e la varietà delle ricette e la funzionalità della pausa pranzo: per questo Elior propone soluzioni digitali, app e casse intelligenti per prenotare il pranzo ed evitare le code. Attraverso il lavoro della Food Academy e in partnership con l'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo e l'Istituto di ricerche farmacologiche Mario Negri, progetta e propone menu con focus sugli aspetti nutrizionali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La strada dei big

I ricavi dei principali gruppi della ristorazione collettiva nell'ultimo biennio, dati in milioni di euro



Volto/1
 Lino Volpe è il presidente di Elior Italia, filiale tricolore della multinazionale francese



Volto/2
 Rosario Ambrosino, ceo di Elior Italia: la ristorazione collettiva vive un periodo di fermento tecnologico