



## G SERVIZI

# BUONI PASTO: LA MULTIFUNZIONE È UN'OPPORTUNITÀ PER LA GDO

*L'obiettivo è di riunire in un unico supporto elettronico vari servizi, dal buono pasto all'abbonamento ai mezzi pubblici, dal badge aziendale a operazioni di loyalty e cash back*



di B. Trigari

Il tema dei buoni pasto torna periodicamente alla ribalta, nelle proteste degli esercenti **Fipe** schiacciati tra il bisogno di accettarli (costituiscono una quota elevata del loro business, intorno al 30%, con punte dell'80%) e le commissioni imposte al momento del riscatto. **Anseb**, che rappresenta sei società emittitrici (40 operatori censiti negli anni Novanta), ha approvato un codice di autodisciplina e denunciato le "patologie" del sistema, mentre gli operatori continuano a proporre nuovi prodotti rivolti anche alla grande distribuzione, verso la quale convergono le scelte di spesa di molti utenti dei buoni (dal 40 al 50% in termini di fatturato, secondo **QUI! Group**). Il mercato italiano dei buoni pasto vale circa 2,5 miliardi di euro all'anno (fonte **Il Sole 24Ore**), a fronte di 120mila esercizi convenzionati, 80mila aziende clienti e 2,5 milioni di utenti.

99

Il punto d'arrivo è la card multifunzione



**Giulio Siniscalco**, direttore network **Edenred Italia**

**MONOCARTA. MULTISERVIZIO**  
 Dal punto di vista del consumatore, spiega **Giulio Siniscalco**, direttore network **Edenred Italia**, leader di mercato con **Ticket Restaurant**, "Già nel 1994 abbiamo lanciato il buono pasto elettronico che, soprattutto negli ultimi anni, ha visto un enorme sviluppo non soltanto in termini di carte emesse e clienti acquisiti, ma anche di funzionalità". Il punto d'arrivo è la card multifunzione che, continua Siniscalco, "riunisce in un unico supporto elettronico varie funzionalità, dal buono pasto all'abbonamento per i mezzi pubblici, dal badge aziendale a operazioni di loyalty e cash back". Si riducono le carte nel portafoglio, ma non ancora in maniera risolutiva, anche per questo, aggiunge Siniscalco, "stiamo sperimentando soluzioni mobile, sia a livello internazionale, con un gruppo di lavoro stabile, che a livello locale con un test pilota in collaborazione con un importante partner milanese". Il business elettronico di **Edenred Italia** pesa già per un 10% rispetto al cartaceo (circa 10mila affiliati su 120mila, previsto il raddoppio entro i prossimi 12 mesi) con prevalenza al Centro-Nord e nel settore privato.

**QUI! Group** da cinque anni punta su una carta multiservizio: "siamo in grado di caricare il buono pasto su qualsiasi carta, non solo quella emessa da noi", chiarisce il presiden-

te **Gregorio Fogliani**. **Eni**, **Enel**, **Ferrovie dello Stato**, **Poste Italiane** (Sud Italia, mentre Nord e Centro sono gestite da **Edenred Italia**) usufruiscono già di questa possibilità, e anche i retailer potrebbero avvalersene integrando la carta fedeltà: "Il concetto dei buoni pasto **TornaQUI!**, conclude Fogliani, è portare più clienti in negozio ampliando il carnet dei servizi e dei vantaggi: buono pasto ma anche cash back, sistema a punti, ricariche telefoniche, sconti, pagamento bollettini. E l'incremento di fatturato degli esercizi convenzionati si vede".

### SISTEMA AUTOSTRADA

Se **Federdistribuzione** ha a più riprese chiesto una "revisione dei comportamenti e delle norme regolamentari e fiscali sui buoni pasto", sia **Edenred Italia** che **QUI! Group**, rispettivamente il primo operatore in Italia e il primo operatore completamente italiano, hanno scelto con modalità diverse di puntare sulla semplificazione delle procedure collegate all'impiego del buono pasto. L'aspetto amministrativo è infatti quello più oneroso: fatturazione di buoni diversi con sconti diversi, buoni rubati, scaduti o falsificati, trasporto dei valori, pagamenti. Con il buono elettronico questi problemi si potrebbero superare. Come spiega Fogliani, "Crediamo fermamente in un sistema 'autostrada' aperto a tutti gli attori del buono pasto, più semplice e veloce: un solo Pos capace di erogare tutti i servizi, non solo quelli legati a un determinato operatore. Abbiamo circa 20mila Pos installati e ci rivolgiamo sia alle catene che ai singoli pdv". **QUI! Group** ha investito circa 20 mio euro per sviluppare questa tecnologia, convinta che a guidare il mercato saranno sempre di più le aziende clienti, non le società emittitrici. Per chi non può o non vuole installare il Pos, rimane la possibilità di continuare a usare il classico ricevitore di cassa, pur con meno servizi attivi.

### COLLABORARE CON LA GDO

Il Pos multiservizio viene offerto anche da **Edenred Italia** in comodato d'uso, sempre con l'obiettivo di favorire il traffico all'interno del pdv. "Abbiamo sviluppato un upgrade che apre il nostro **Smart Point** a ogni tipo di transazione, dai pagamenti tradizionali alle bollette, ricariche telefoniche e biglietteria



eventi; con le grandi catene però, spiega Siniscalco, ci stiamo muovendo più verso un concetto di integrazione con i sistemi cassa". Invece di aggiungere apparecchiature, integrare tutte le funzioni sui dispositivi già presenti sui pdv; e aggiunge: "Non sarà una strada facile perché gli interlocutori sono parecchi, ma pensiamo che il futuro sia questo". Non significa rinunciare al Pos multifunzione, più adatto a chi non ha sistemi integrati di cassa come per esempio le superette. "Stiamo lavorando con le grandi catene per cercare insieme le soluzioni migliori per alleggerire i processi gestionali; in più stiamo studiando una serie di vantaggi per i nostri clienti dell'elettronico, una vera e propria piattaforma di loyalty trasversale", conclude Siniscalco.

Il vantaggio che QUI! Group offre alla distribuzione è l'esperienza acquisita con le carte loyalty (*Scoti Banco Posta*) e la gestione completa della filiera dal software alla card. "La gdo è naturalmente portata all'innovazione, sostiene Fogliani, e pensiamo che possa essere interessante per tutti aderire a una card con funzioni complementari anche rispetto alla carta fedeltà dell'insegna. La direzione poi sarà quella del telefonino che, per rimanere nell'esempio dell'autostrada, farà da telepass aumentando clientela e transa-

zioni senza abbassare i prezzi delle merci". Da parte loro le insegne della distribuzione in prevalenza accettano i buoni pasto secondo una logica di servizio (per esempio **Sma, Conad**), a parte **Esselunga** che li accetta solo presso i bar **Atlantic** e **Auchan** che non li accetta.

#### INNOVARE ANCHE IL CARTACEO

E il buono cartaceo? Sparisce? No, perché la committenza ha ancora motivi per conservarlo. Per esempio l'impiego come integrazione al reddito, tipico della pubblica amministrazione ma non solo, con l'elettronico non sarebbe possibile. Inoltre, per i piccoli esercenti il cartaceo ha ancora il vantaggio di non richiedere hardware o software aggiuntivo per accettarlo. Nasce da queste esigenze la soluzione *Buono Chiaro* di Edenred e **Wincor Nixdorf** che mira a portare i vantaggi gestionali e di sicurezza legati all'elettronico, anche sul cartaceo. Siniscalco: "Stiamo spingendo molto sull'innovazione legata al mondo delle card con un'ampia campagna di terminalizzazione della rete, per esempio con *Poste Pay Lunch*, ma non vogliamo trascurare i clienti che non hanno la possibilità di aggiornarsi. La migrazione completa all'elettronico non sarà immediata ed è molto legata al quadro legislativo".



Ampliare  
il carnet  
dei servizi  
e dei vantaggi



**Gregorio  
Fogliani,  
presidente  
QUI! Group**