

Ticket in fibrillazione

Analisi della situazione dei buoni pasto per la ristorazione. La Fipe tra proposte e denunce

A seguito dell'aggiudicazione dei buoni pasto riservati ai Ministeri, gestiti dalla Consip a favore della Buon Chef, l'intero settore dei ticket versa in una situazione problematica. Per gestire questo business è stato costituito il Buon Chef Club, nuovo marchio che, come affermato dalla stessa azienda, identificherà unicamente ed esclusivamente una serie di esercizi pubblici "selezionati". Nello specifico, questa nuova convenzione consentirà di accettare (previa esposizione nell'esercizio dell'apposita vetrofania) i nuovi buoni pasto emessi per conto dei Ministeri, dell'Arma dei Carabinieri, delle questure e di tutte le pubbliche amministrazioni (ASL, comuni, province, regioni, camera di commercio ed enti pubblici) a fronte di rimborsi quindicinali (30 giorni per le gastronomie) e di speciali sconti su una selezione di prodotti. È opportuno segnalare però, che Consip, società quasi interamente controllata dal Ministero dell'economia, si è aggiudicata la gara d'appalto per i ticket dei dipendenti pubblici, con il criterio del massimo sconto, e ciò significa che il margine di guadagno sui ticket emessi si riduce creando in tal modo ulteriori problemi agli esercenti. A tale proposito, le ditte che a loro volta hanno vinto l'appalto Consip, tra le quali Buon Chef, e che erogheranno i buoni pasto, vorrebbero applicare una commissione agli esercizi "selezionati", in misura tale da coprire i ribassi offerti per aggiudicarsi l'asta, rendendo così non economicamente valida l'erogazione del servizio da parte degli

stessi esercenti (la richiesta va dal 7,5% al 9% del valore in calce del buono). Questo stato di cose causerà, nel lungo periodo, a parità di prestazioni e servizi erogati, una diminuzione dei ricavi reali dell'esercizio.

Quali allora le possibili soluzioni? Prima ipotesi: rifiutare la proposta. Soluzione ideale che creerebbe grossi problemi a Consip. Seconda ipotesi: accettare la proposta e in questo caso l'esercente si trova di fronte a scelte diverse come: aumentare i prezzi delle consumazioni per ammortizzare la commissione richiesta, danneggiando però la clientela e quindi il volume di affari dell'esercizio medesimo; offrire un servizio minore per i possessori dei nuovi buoni pasto, per compensare il costo della nuova convenzione, tale atteggiamento, però, non rientrerebbe in una logica di corretta gestione; richiedere compensazioni in denaro ai possessori dei nuovi buoni, contravvenendo al contratto sottoscritto. Terza ipotesi: gravare le consumazioni pagate con i buoni pasto Consip di una percentuale di aumento, volta a coprire gli aggravati imposti sulla gestione dalla nuova convenzione.

Questa azione deve però essere trasparente e pubblicizzata, in modo da assumere la volontà di un atto di denuncia (Fipe ha avviato un ricorso presso il Tar) e non incorrere nel mancato rispetto dell'art. 180 del T.U. di pubblica sicurezza. L'adozione di questa soluzione imporrebbe però la realizzazione di un listino prezzi ad hoc, maggiorato per i dipendenti pubblici che utilizzano i buoni Consip, da formalizzare, con le comunicazioni previste, alla Prefettura.

Claudio Salluzzo
Segretario Epam



"No ticket day"

75 province, 27mila pubblici esercizi, oltre 600mila volantini diffusi: queste le cifre conclusive del "no ticket day" la giornata di protesta contro le commissioni selvagge dei buoni pasto a causa delle gare di Consip Spa organizzata dalla Fipe-Confcommercio. «Siamo molto soddisfatti delle cifre della giornata, ormai definitive - dice Edi Sommariva, direttore generale della Fipe - Confcommercio -, infatti i 27mila pubblici esercizi che hanno aderito, rifiutando del tutto o in parte i buoni pasto, rappresentano il 60% dei nostri associati tra quanti hanno convenzioni per i buoni pasto, e quindi il 40% del totale dei pubblici esercizi convenzionati in Italia». «Per la Fipe-Confcommercio, però - nota ancora Sommariva - il dato più importante è quello del materiale distribuito ai clienti: oltre 600mila volantini, che significa oltre 600mila consumatori-lavoratori che sono stati sensibilizzati sul problema e ora sono consapevoli di tutto quanto c'è dietro al loro buono pasto». La Fipe-Confcommercio auspica cambi di strategia e risposte concrete da parte dello Stato su tutta la ristorazione di necessità (buoni pasto e mense), come fortemente richiesto dal Presidente Billè durante il convegno Angem-Fipe e Ancst-Legacoop sulla ristorazione collettiva.



L'Italia dei buoni pasto

(fatturato annuo in migliaia di Euro)

Marchio	1999	2001	2002 (stima)
Blu Ticket (CIR)	7.230	18.590	25.000
Break Time (La Cascina)	16.530	26.000	30.000
Seial (Gemaz)	50.660	76.200	82.000
Day (Camst)	112.310	148.600	180.000
Sodexho Pass (Sodexho)	129.400	163.280	190.000
Qui Ticket Service (QTS)	73.920	87.000	106.000
Meal Ticket (Sagifi)	28.070	36.660	38.000
Buonchef (Ristochef)	60.940	87.000	80.000
PassFood (PassFood)	6.200	6.200	7.000
Lunch Time (Onama)	7.670	8.300	8.500
Ristomat (Onama)	82.420	93.770	91.000
Pellegrini Card (Pellegrini)	96.060	101.740	102.000
Repas Lunch (Repas)	38.110	40.000	35.000
Agape Card (Sodexho)	11.880	ceduta	-
Totale	1.222.090	1.522.500	1.639.500

(Dati Fipe)