



## LA MARGINALITÀ PERDUTA

Da un po' di tempo a questa parte, nel settore della distribuzione automatica, è vietato parlare di prezzi e di marginalità. La scure dell'Antitrust ha colpito molto duramente quasi tutti i principali gruppi di gestione e perfino l'associazione di categoria, rendendo talmente incerto il confine tra le best practices di settore e i presunti accordi tra concorrenti, da creare un vero e proprio tabù in materia.

Per fortuna esiste l'articolo 21 della Costituzione che sancisce la libertà di stampa e quindi, almeno noi giornalisti, possiamo parlare di alcuni comportamenti che sono di ispirazione per avere un'azienda più efficiente, anche se riguardano il prezzo di vendita.

Possiamo perfino scrivere che l'idea delle gare al massimo ribasso, create per favorire i consumatori, si possono rivelare come l'esatto opposto. Basti pensare al recente fallimento di QuiTicket! che ha impoverito tutti e lasciato a molti cittadini (paradossalmente la maggior parte è dipendente nella Pubblica Amministrazione) solo carta straccia in mano.

Pensare che il prezzo più basso sia sempre e solo una tutela nei confronti dei consumatori è una teoria senza senso, così come pensare che alcuni tentativi di "fare rete" nascondano in realtà intese lesive della concorrenza.

Ma ormai questa è la prassi e probabilmente dovrà crollare qualche grande struttura costruita con la logica del massimo ribasso, prima che l'opinione pubblica si svegli e chieda anche la qualità degli interventi e non solo l'economicità.

Oggi nel vending il primo problema è questo: il prezzo medio di vendita della battuta è troppo basso per fare qualità, generare investimenti, pagare i dipendenti e innescare un circolo virtuoso d'impresa. Se questo trend non si interrompe, si rischia un rapido declino di tutto il settore.

Per quanto tempo ancora saremo costretti a vedere prezzi negli appalti con caffè e acqua sotto i 25 centesimi, un livello che nemmeno 15 anni fa garantiva un conto economico in attivo?

Capisco che il tema sia scomodo e molto difficile da affrontare, soprattutto in un clima come quello odierno, ma è peggio continuare ad assistere al suicidio collettivo di un settore che ha dimostrato di non sapere più come invertire la rotta e di continuare a perdere marginalità.

Una soluzione al problema non esiste, perché logicamente non si possono attuare azioni collettive o di lobby senza essere presi a calci dall'Autorità.

Quindi serve un po' di coraggio individuale, iniziare a guardare oltre al proprio orgoglio e cercare di non accettare compromessi sulla marginalità.

Se una locazione la si può vincere solo andando in perdita, si potrebbe anche pensare di lasciarla andare via.

Preferite un'azienda sempre più grande o un'azienda sempre più sana?

*Oggi nel vending il primo problema è questo: il prezzo medio di vendita della battuta è troppo basso per fare qualità, generare investimenti, pagare i dipendenti e innescare un circolo virtuoso d'impresa.*

