



www.caffegioia.com

VENDING

Il bimestrale della distribuzione automatica

NEWS

Numero 37 - Anno 2018

Display & Digital Signage Solutions

WTD™

WORLD TRADE DISPLAY

worldtradedisplay.com

il tempo non è mai stato così prezioso



HAI TEMPO FINO AL 31 DICEMBRE PER GODERE DEI BENEFICI

DELL'IPER AMMORTAMENTO SUI TUOI DISTRIBUTORI AUTOMATICI.

COGLI SUBITO QUESTA OPPORTUNITÀ, ENTRA ANCHE TU CON NOI NELLA GESTIONE 4.0!



Per ulteriori informazioni e assistenza contatta
il tuo referente per i marchi del Gruppo Evoca

EVOKA
GROUP

www.evocagroup.com



TRE AZIENDE VENETE DEL VENDING ALLO STRATEGY INNOVATION FORUM DELL'UNIVERSITÀ CA' FOSCARI DI VENEZIA



Nei giorni 25, 26 e 27 ottobre scorsi si è tenuto lo **Strategy Innovation Forum**, organizzato dall'**Università Ca' Foscari di Venezia** per celebrare il **150° anno della fondazione**.

Focus del Forum è stata la **Sostenibilità d'Impresa** e le sue ripercussioni sul territorio e sulle aziende che vi operano, in termini di crescita strategica e in chiave d'innovazione e ridefinizione del proprio business model.

Il Forum è parte del più ampio **progetto "Responsabilmente" della Regione Veneto**, che promuove tutte quelle iniziative volte all'adozione di modelli di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) messe in campo dalle aziende.

Esso, inoltre, è stato costruito sui dati emersi dalla ricerca **"Gli impatti dell'innovazione strategica sociale sui business model"**, condotta dalle Università Ca' Foscari di Venezia, Università degli Studi di Padova e Università degli Studi di Verona e finanziata dalla Regione Veneto.

I risultati, presentati in apertura del Forum, hanno permesso ai partecipanti di identificare i temi del confronto. **Fondamentale la presenza di numerose imprese locali**, appartenenti a più settori produttivi e commerciali, le quali hanno preso parte a tavoli di lavoro di gruppo. Il confronto tra le esperienze di ognuna, rispetto alle attività messe in campo nell'ambito della strategia sociale d'impresa,

aveva l'obiettivo di stimolare nei partecipanti modelli di business attenti ai bisogni sociali e fondati su proposte di valore innovative.

I dati della ricerca condotta dalle tre Università, infatti, hanno fatto emergere la generale tendenza delle imprese a mettere in pratica azioni sostenibili "deboli" per quanto riguarda il loro impatto sia sul territorio, che sul business dell'impresa stessa: sostenere una charity o un team sportivo non dà contributo alla crescita del tessuto sociale e ancor meno dell'azienda che lo fa.

La Sostenibilità, invece, acquista valenza quando diventa parte della strategia del business e gli investimenti compiuti nella sua direzione portano beneficio sia al territorio in cui si opera che al business stesso.

Vi è poi un secondo aspetto della Sostenibilità d'impresa che si identifica col **welfare aziendale** e comprende tutte quelle azioni che vengono svolte a favore del benessere dei dipendenti, affinché questi, lavorando più serenamente, rendano meglio e di più, con tutti i vantaggi che ne derivano per la crescita dell'azienda, non solo in termini di reputazione.

Le imprese che hanno partecipato al Forum hanno potuto illustrare le proprie esperienze nel corso di una tavola rotonda, intitolata **"Storie di Buone Pratiche"**.



Tra esse erano presenti tre società di gestione venete, la **Service Vending di Conegliano**, la **Scattolin Distribuzione Automatica di Noale** e la **Fullin di Belluno**, che già da tempo collaborano e si confrontano per migliorare le loro performance sul territorio e all'interno delle proprie imprese. Già nel 2005, la Service Vending, la Scattolin Distribuzione Automatica e la Fullin avevano preso parte al **progetto Nutrivending**, un progetto di sana nutrizione nella Distribuzione Automatica, nato su piccola scala e poi esteso a tutto il Veneto, grazie al sostegno della Regione, di CONFIDA, della Facoltà di Agraria dell'Università di Padova e dei Referenti per la Salute Pubblica degli istituti scolastici delle province di Belluno e Treviso.

Nutrivending è un progetto coraggioso che, sfidando il preconcetto secondo il quale nei distributori automatici vi siano solo alimenti dannosi per la salute, ha avviato un **percorso propositivo e formativo per avvicinare i più gio-**

vani a scelte alimentari corrette.

Propositivo poiché esso, partendo dal presupposto che le imposizioni non danno i risultati sperati, non vuole eliminare tout court snack e bibite convenzionali dai distributori automatici, ma affiancare ad essi referenze sane, mettendone in evidenza le proprietà nutritive.

Formativo poiché, attraverso educational e visual creati semmai dagli stessi ragazzi, intende spingerli verso la scelta di cibi sani. Il coinvolgimento è quindi la molla del cambiamento e del miglioramento della qualità dell'alimentazione.

Sulla base di questa pregressa collaborazione e di ulteriori occasioni di confronto su tematiche sociali che si sono presentate negli anni, **al Forum della Ca' Foscari le tre aziende hanno illustrato le azioni che ognuna mette in campo nella direzione della Sostenibilità d'Impresa e i benefici che ne hanno tratto per la crescita del business.**



ABBIAMO CONTATTATO I REFERENTI DELLE AZIENDE SERVICE VENDING, SCATTOLIN DISTRIBUZIONE AUTOMATICA E FULLIN PER APPROFONDIRE I MOTIVI CHE LE HANNO SPINTE A LAVORARE IN QUESTA DIREZIONE, QUALI SONO I PROGETTI MESSI IN CAMPO E A QUALI RISULTATI HANNO PORTATO.

SERVICE VENDING

Roberto Sala è il co-fondatore, insieme a **Ugo Affili**, della Service Vending, alla quale abbiamo dedicato un ampio articolo nel numero 27 di questa rivista.

La **Service Vending**, nata nel 1990, opera principalmente nelle province di Treviso, Venezia e Padova e in parte del Friuli, e si distingue dai competitor per **un insieme di attività di natura sociale svolte sul territorio**, che combinano le complesse dinamiche del servizio Vending con i bisogni delle realtà locali. Nell'intervista, rilasciatoci a suo tempo, Roberto Sala ci raccontava ad esempio di come l'azienda avesse ridotto gli sprechi, donando i prodotti alimentari in scadenza e quelli freschi di loro produzione avanzati, consegnandoli puntualmente alla mensa per le persone in difficoltà gestita dai frati di Conegliano.

Attiva nel **progetto Nutrivending** di cui abbiamo già accennato, la Service Vending si è **da sempre impegnata nel proporre nei suoi distributori automatici prodotti del territorio, bio e del mercato equosolidale**, riuscendo in ciò attraverso partnership commerciali con aziende specializzate in questo tipo di produzioni.

Oggi rappresenta il principale venditore di prodotti equo e solidali della Distribuzione Automatica italiana.

Tra i tanti progetti messi in campo, va menzionato il **Bar Solidale** realizzato all'interno della Casa di Riposo Fenzi, grazie alla disponibilità del direttore della stessa, **dove hanno trovato impiego persone in difficoltà lavorativa** e che è diventato luogo di aggregazione per gli ospiti della casa di riposo e un ritrovo conviviale dove le famiglie possono trascorrere del tempo insieme ai loro cari.

Un altro progetto particolarmente interessante, realizzato in collaborazione con la Fondazione di Comunità della Sinistra Piave e l'USSL 2, è il **biscotto solidale**.

Si tratta di un delizioso biscotto alle noci, venduto nei distributori automatici che l'azienda gestisce in locazioni ad alta affluenza, come l'ospedale di Conegliano che ha fatto da apripista e al quale si sono via via aggiunte altre postazioni.

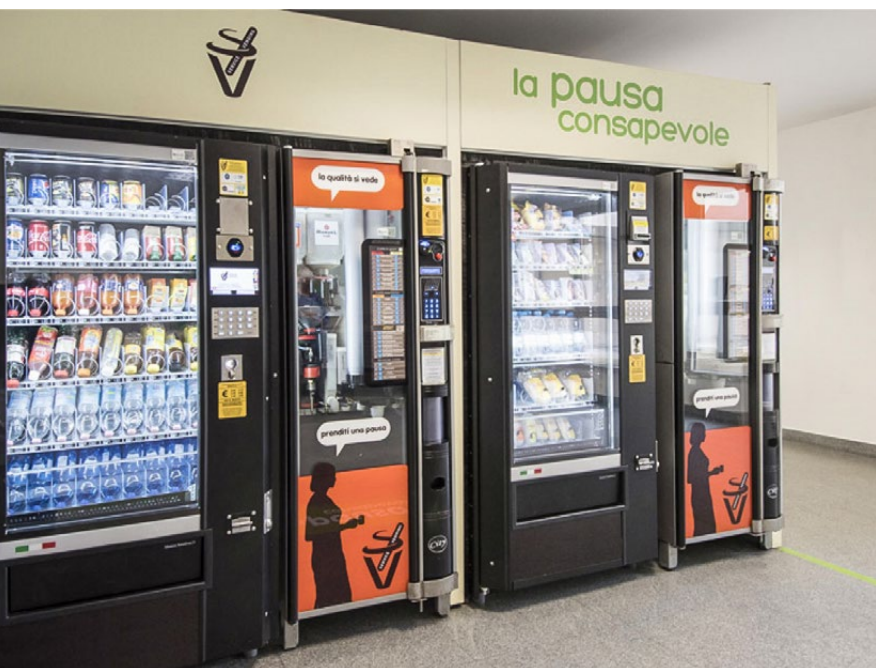
Parte del ricavato delle vendite del biscotto solidale viene destinata all'acquisto di ausili mobili per le persone disabili.

Questi sono solo alcuni dei progetti realizzati dalla Service Vending, tutti legati da una forte vocazione alla Sostenibilità sociale. Ma, per tornare al tema del Forum, quali ripercussioni positive hanno portato all'azienda e in che modo l'hanno spinto a modificare il proprio business model? Ce lo spiega Roberto Sala.

*"La Service Vending ha sempre avuto nel suo DNA questa vocazione verso il territorio e di sostegno delle associazioni che operano a favore di chi ha più bisogno. Man mano che l'azienda è cresciuta, si è rafforzata in noi l'idea che **non si può fare impresa senza portare avanti un programma di Sostenibilità**, che è un valore universale, e quindi abbiamo strutturato il nostro percorso migliorando questo aspetto. **Essere un'azienda sostenibile, significa esserlo a 360°, coinvolgendo management, lavoratori e clienti, con uno sguardo attento alla comunità e all'ambiente.** Nel muoverci lungo questo percorso abbiamo coinvolto i nostri collaboratori, affinché si sentissero parte attiva di un progetto condiviso.*

*Oltre che per la comunità, **i benefici non sono tardati ad arrivare anche per la nostra azienda:** una maggiore partecipazione dei collaboratori che ha creato un senso di appartenenza, accresciuto anche dalla nostra attenzione nei confronti delle loro esigenze. Tutto questo ha creato **una squadra coesa che si muove sullo stesso binario** e ha fatto sì che alcune azioni sostenibili all'interno dell'azienda fossero eseguite da tutti in maniera naturale: dalla semplice attenzione nel ridurre gli sprechi alla spontanea partecipazione alle iniziative che via via mettiamo in campo.*

I collaboratori stessi hanno compreso che la Sostenibilità può dare risultati positivi solo se introdotta nel proprio business model."





SCATTOLIN DISTRIBUZIONE AUTOMATICA

Per certi versi simili, ma maggiormente tese verso le problematiche ambientali, le azioni svolte dalla Scattolin D. A. nel territorio in cui opera, ovvero le province di Venezia, Padova e Treviso, oltre al centro storico del capoluogo veneto. Nata nel 1972 e oggi alla seconda generazione, **l'azienda ha fatto della Sostenibilità un asset della crescita**, inizialmente spinta da sollecitazioni esterne, provenienti per lo più dagli stessi clienti.

La richiesta di alimenti biologici, equosolidali o destinati a persone con problemi legati all'alimentazione hanno spinto la Scattolin D.A. a dare una risposta concreta attraverso l'offerta di prodotti specifici. Da qui la sua collaborazione attiva al **progetto Nutrivending**, che l'azienda ha portato avanti evolvendolo nel **progetto LA Pausa Consapevole**, che sfrutta la potenzialità di comunicazione sociale attraverso vari strumenti - dalle locandine e depliant informativi, alla personalizzazione grafica dei distributori e degli spazi - **per promuovere consapevolezza nei consumi**, attenzione al benessere e alla salute, comportamenti virtuosi per l'ambiente e scelte alimentari alternative come il bio e l'equosolidale.

Sempre in questa direzione, l'azienda ha sviluppato in seguito il **progetto Green Break**, consistente in un **compattatore di rifiuti posizionato accanto ai distributori automatici nelle aree di ristoro**. In tal modo si è data la possibilità agli utenti di conferire correttamente i rifiuti, differenziandoli e compattandoli, riducendo al minimo l'ingombro.

A questa prima "attenzione" verso le esigenze dei clienti e dell'ambiente, è seguita quella verso i collaboratori che l'hanno portata ad attivare tutte le procedure necessarie a salvaguardare la loro sicurezza. **Via via, quindi, la Sostenibilità è divenuta un modo di operare, parte integrante dell'azienda stessa.**

Oggi la Scattolin D.A. è pronta ad impegnarsi in ambito sociale attraverso un **nuovo progetto in collaborazione con l'associazione Genitori La Nostra Famiglia per la sua comunità alloggio Dopo di Noi**, una casa di accoglienza

che ospita i ragazzi disabili rimasti senza genitori.

Il progetto riconosce all'associazione una percentuale dell'incasso dei distributori di bevande calde installati nel territorio di Mirano. Inoltre, l'azienda svolge un'opera di sensibilizzazione attraverso gli stessi distributori automatici con l'obiettivo di raccogliere fondi per l'associazione.

Abbiamo chiesto a **Giorgia Scattolin**:

In ultima analisi, che cos'è per voi la Sostenibilità e in che modo si esprime nella vostra azienda?

"La Sostenibilità per noi è un modo di operare, è l'attenzione e la cura con cui approcciamo il cliente, il fornitore, i nostri collaboratori: modalità che non sono dettate solo dal risultato economico immediato ma che abbinino al profitto, lecite finalità dell'essere azienda, un investimento di valore sul lungo periodo.

È una valore aggiunto: verso i collaboratori con forme di sostegno economico e fornendo un ambiente di lavoro sereno con rapporti di rispetto reciproco e formazione continua; verso l'ambiente con scelte mirate per avere minore impatto ambientale con furgoni a metano, raccolta differenziata e corretto smaltimento dei rifiuti, luci a led e sensori di presenza su tutta la sede; verso i fornitori e verso la comunità con attività di sostegno ad associazioni del territorio.

Certamente, le attività sostenibili non hanno un effetto di profitto immediato ma a medio e lungo termine e soprattutto rafforzano e consolidano il nome e la storia dell'azienda nei suoi rapporti con i collaboratori e con il territorio.

Ma tutto questo ha un senso "se si riesce a chiudere il cerchio": nel senso che è importante per tutte le aziende, grandi e piccole, attivare una consapevolezza della Sostenibilità ma è soprattutto importante che si attivi una rete di clienti che riconoscano e recepiscano questo valore aggiunto e i costi che ciò richiede, in primis la Pubblica amministrazione.

Purtroppo ad oggi tale sensibilità non è così uniforme, ma va sollecitata."





füllin GESTIONE DISTRIBUTORI AUTOMATICI

La terza azienda del Vending a prendere parte al Forum è stata la **Fullin srl**, anch'essa impegnata in un percorso teso ad integrare le pratiche sostenibili nell'organizzazione interna e nei rapporti con la realtà esterna, intendendo per questa clienti, fornitori, ambiente e territorio.

Rosa De Biasi, co-titolare della Fullin, ci illustra le buone pratiche che rappresentano un valore aggiunto al mero servizio di distribuzione automatica.

Al Forum della Ca' Foscari avete portato la vostra case history sul tema della Sostenibilità d'Impresa, un impegno che vi siete assunti nei confronti di tutti i soggetti che fanno parte della vostra rete di rapporti. Che cos'è per la Fullin la Sostenibilità d'Impresa?

La Sostenibilità, per essere parte integrante del business di un'impresa, va considerata a 360°, ovvero si deve esprimere nella totalità delle pratiche messe in campo, sia all'interno che all'esterno dell'azienda. Per questo motivo, non va confusa, come spesso accade, col welfare aziendale: è qualcosa di più profondo e articolato.

Per noi la Sostenibilità deve creare valore nel lungo termine, attraverso azioni concrete dirette sia all'interno dell'azienda che verso il territorio nel quale essa opera. Noi ci siamo impegnati ad accrescere questo valore nel tempo, moltiplicando le azioni sostenibili e coinvolgendo sempre più gli attori che ne sono oggetto.

Facciamo qualche esempio. Com'è impostato il rapporto con i dipendenti?

*Con i nostri collaboratori abbiamo cercato di creare un clima sereno, che tenesse conto delle esigenze di tutti e riuscisse ad **integrare le dinamiche dell'azienda con le***

***esigenze di ogni dipendente**, considerato singolarmente, persona per persona. Ad esempio, abbiamo lavorato molto sulla **flessibilità dell'orario**, modulandolo sulle esigenze personali e familiari di ciascuno. Se si riesce a creare armonia tra le due sfere, si lavora meglio e di conseguenza si rende di più, portando beneficio anche all'azienda. In questo senso, si crea valore, il welfare non è fine a se stesso e il team di collaboratori diventa una squadra, spesso una famiglia allargata.*

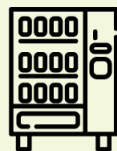
I benefici?

*Oltre alla serenità con la quale si affronta il lavoro quotidiano, è **importante il coinvolgimento dei collaboratori nelle azioni sostenibili** che fanno parte della vita di ogni giorno. Un esempio banale: ognuno sa come fare la raccolta differenziata in azienda e lo fa in maniera naturale, spontanea.*

Su cos'altro lavorate?

Sul risparmio energetico, ad esempio, e facendo in modo che la nostra attività impatti sempre meno sull'ambiente. Stiamo, infatti, via via convertendo i nostri automezzi in furgoni a metano.

*Inoltre, **per alcune referenze cerchiamo di approvvigionarci da aziende locali**, così da avere prodotti del territorio e sostenere in questo modo l'economia della regione. Prodotti che non inseriamo solo nei nostri distributori automatici, ma di cui talvolta usufruiamo noi stessi. Pensi che **abbiamo organizzato una sorta di gruppo di acquisti aziendale** per comprare frutta e verdura da agricoltori del posto, che ce le consegnano a domicilio. Così non solo abbiamo prodotti freschi, di sicura provenienza, ma risparmiamo anche tempo che possiamo dedicare ad altro!*



CHIAVETTA
IDENTIFICATIVA

D.A. ACQUA

BONUS

COMPATTATORE

RICARICA CREDITO

Come si esprime la Sostenibilità d'Impresa nei confronti dei clienti?

*Questa è la parte che ci impegna di più, poiché **implica un lavoro diretto col cliente**, una grande capacità di ascolto delle sue esigenze e, soprattutto, di risposta alle richieste con azioni concrete.*

Per far comprendere cosa intendo le faccio un esempio pratico.

Un'azienda cliente dava l'acqua minerale in bottiglie gratuitamente ai suoi dipendenti. Per metterla a disposizione di tutti, aveva destinato un punto della fabbrica dove era posizionata una pedana di acqua, confidando nel buon senso dei collaboratori. Ad un certo punto, ci si è resi conto che non tutti si comportavano correttamente, prendendo più bottiglie d'acqua del necessario e, ancor peggio, lasciando in giro nell'azienda bottiglie mezze piene.

Oltre allo spreco, ciò comportava problemi di ordine e pulizia, nonché di smaltimento della plastica.

A questo punto, si sono rivolti a noi chiedendoci di individuare la soluzione "automatica" che mettesse d'accordo le esigenze di tutti.

Abbiamo studiato un progetto in grado di gestire l'intero processo: dall'erogazione gratuita, ma controllata, delle bottiglie d'acqua al loro smaltimento attraverso compatte automatiche affiancate ai distributori automatici.

*Abbiamo quindi installato dei distributori automatici di sole bottiglie d'acqua dotati di un particolare sistema a chiave, caricato di un bonus che dà diritto ad un certo numero di bottiglie d'acqua al giorno per ciascun dipendente. L'espedito che ha reso il sistema vincente è che **per avere il bonus acqua per il giorno successivo, è necessario che il dipendente vada a smaltire le bottiglie vuote nell'apposito compatte**. Questo provvede a riaccreditarlo il bonus sulla chiavetta per il giorno successivo. Niente vuoti, niente bonus, ovvero il dipendente il giorno dopo l'acqua se la dovrà comprare!*

In che modo questa soluzione ha creato valore in termini di Sostenibilità?

L'ha creato in più direzioni: l'azienda ha ottenuto un risparmio economico che era legato allo spreco; ha risolto il problema dei rifiuti, razionalizzando la distribuzione dell'acqua e i dipendenti hanno acquisito consapevolezza rispetto a questo tipo di problematiche.

Siete stati promotori del progetto Nutrivending. Qual è la sua opinione sulle varie forme di divieto che vengono imposte, soprattutto nelle scuole?

*Credo che il terrorismo non funzioni! **Possono funzionare progetti che facciano accrescere il valore della sana alimentazione**, che inducano consapevolezza nel consumatore di qualsiasi età. L'obesità, le errate scelte alimentari non riguardano solo i più giovani, anche se è con loro che bisogna prima di tutto lavorare perché domani vi sia un consumatore più consapevole. **Il Vending può e deve fare la sua parte**, come abbiamo voluto mostrare col progetto Nutrivending, nato per iniziativa di pochi e poi assimilato dalla regione Veneto. Noi non vogliamo costringere a determinate scelte e **nei nostri distributori automatici preferiamo affiancare prodotti sani a quelli che vengono generalmente considerati junk food**. L'importante è spiegare, illustrando e informando proprio attraverso le macchine, i benefici degli uni e le caratteristiche negative degli altri. I nuovi distributori automatici con i loro monitor sono un grande supporto in questo senso. Se vietassimo semplicemente, otterremmo l'effetto contrario, spingendo i ragazzi, semmai prima di entrare a scuola, ad acquistare al bar una busta di patatine da 100 grammi, piuttosto che "accontentarsi" della porzione vending da 30 grammi. Anche nei progetti educativi per la sana alimentazione **occorre portare buonsenso attraverso azioni sostenibili** per l'azienda e per il consumatore. E anche in questo caso, **la Sostenibilità crea e trasmette valore**.*

