

RICERCA DI MERCATO RISTORAZIONE AZIENDALE

Effettuata da
La Bottega Solidale – Ufficio Ristorazione Altromercato
per conto di CTM Altromercato
nell’ambito del progetto “Public Affairs”

a cura di Sara Dallasta

Maggio 2009



1. Introduzione e grandi numeri della ristorazione in Italia.

Per elaborare il seguente materiale informativo si è fatto ricorso a fonti di diversa natura e le informazioni sono state raccolte con modalità differenti:

- Consultazione siti internet di organizzazioni del settore della ristorazione collettiva.
- Consultazione siti internet di organizzazioni specializzate in studi di mercato.
- Consultazione riviste specializzate nel settore della ristorazione collettiva (“Ristorando”, “Ristorazione Collettiva”).

Dall’analisi delle fonti consultate sono stati ricavati i seguenti dati per la ristorazione collettiva in Italia, che si riferiscono all’anno 2007:

Fatturato	6 miliardi di euro
N° di imprese	1.200
N° di addetti	67.500
N° di punto di servizio	20.000
N° utenti	5,5 milioni
N° pasti erogati all’anno	2 miliardi

Dall’analisi delle diverse fonti si evince che il mercato della ristorazione collettiva, pur mantenendo una rilevanza notevole, sta affrontando in questi ultimi anni una flessione nel numero dei pasti complessivo. Ciò è dovuto sia a motivi strutturali (contrazione del numero di personale militare impiegato, diminuzione delle giornate di degenza nel settore socio-sanitario), sia a motivi di ridotta redditività delle imprese del settore.

Nell’analisi si è dovuto tener conto del rilevante aumento del costo delle materie prime (il quale ha influito per un 6% sui margini delle aziende di ristorazione), del mancato adeguamento dei prezzi all’inflazione, del ritardo nei pagamenti da parte della pubblica amministrazione.

Quale elemento di valutazione della salute del comparto, deve essere considerato che in appena 3 anni, dal 2005 al 2007, l’utile delle aziende di ristorazione collettiva è sceso mediamente di circa mezzo punto percentuale, posizionandosi su un dato medio del 0,7% del fatturato (a fronte di un costo medio per i pasti in appalto inferiore ai 5 euro).

Effettivamente se da una parte il settore pubblico è quantitativamente rilevante, prevedendo un numero quasi costante di pasti quotidiani, dall’altra è quello che maggiormente ha subito e subisce l’attuale contrazione nelle risorse.

Inoltre molto spesso le aziende di ristorazione collettiva sono penalizzate dal mancato adeguamento dei prezzi da parte dei committenti pubblici, dovuto alla dinamica dell’inflazione.

Nonostante questo contesto, occorre precisare che tra il 2004 e il 2008 il mercato della ristorazione aziendale è comunque aumentato in quantità dell'1,8% ed in valore del 3,1% (confermando un valore globale di circa 6 miliardi di euro), seppure, come si è detto, con margini di profitto al di sotto delle aspettative.

Per il 2009 era prevista una lieve crescita del settore, che dovrà però considerare potenziali conseguenze negative derivanti dal contesto economico mondiale.

2. Il mercato della ristorazione aziendale.

Dall'analisi delle fonti consultate sono stati ricavati i seguenti dati che si riferiscono all'anno 2007:

Fatturato	1.2 miliardi di euro
Valore in percentuale del settore rispetto a quello totale della rist.collettiva	30%
N°pasti al giorno	2.459.000

Da alcuni anni il settore della ristorazione aziendale, soprattutto per quanto riguarda la quota in appalto, è un mercato maturo al 95%, in cui le aziende di ristorazione collettiva cercano di difendere le quote acquisite fidelizzando i clienti.

Infatti, dall'analisi delle fonti consultate si evince che, sebbene dal 2001 al 2005 si fosse verificato un modesto aumento dello 0,2% del fatturato di questo settore, tuttavia dal 2005 al 2007 si è verificata una diminuzione nel volume d'affari della ristorazione aziendale dello 0,3%.

Questo dato è confermato anche dalla diminuzione del numero di contratti per l'affidamento della gestione del servizio di ristorazione che sono stati stipulati nel 2006.

Purtroppo questa tendenza non è destinata ad arrestarsi dal momento che le cause che la determinano continueranno a persistere nel tempo.

Tra esse, le più rilevanti sono:

- 1) Ridimensionamento delle aziende e degli occupati.
- 2) Delocalizzazioni e frammentazione degli impianti industriali.
- 3) Crescita del terziario caratterizzato da una bassa densità occupazionale.
- 4) Espansione del mercato dei buoni pasto determinata dal vantaggio per il datore di lavoro di essere esonerato da complicate normative obbligatorie per impiantare e mantenere una mensa interna.

Rispetto a questo ultimo aspetto, è necessario aggiungere che la crescita del mercato dei buoni pasto (stimato in 2,3 miliardi di euro, quasi il doppio della rist. aziendale), è destinata a continuare dal momento che il sistema dei ticket restaurant è preferito dalle aziende perché le esonera da complicate normative obbligatorie per impiantare e mantenere una mensa interna.

Inoltre è necessario evidenziare che l'articolo 83, comma 28 bis del decreto legge 112/2008, ha previsto per i buoni pasto, dall'1 settembre 2008, la detrazione dell'IVA, sostenendone quindi una maggiore diffusione.

A supporto dello sviluppo della ristorazione aziendale vanno però evidenziate due nuove tendenze nel settore: la prima, collegata a quanto affermato in precedenza, si configura nel progressivo sviluppo di zone industriali e insediamenti commerciali e produttivi, che esprimono una domanda crescente di servizi di ristorazione ad alta flessibilità, come i ristoranti interaziendali, aperti dal mattino fino a sera con una proposta gastronomica variabile nell'arco della giornata.

La seconda riguarda l'attenzione posta da alcune aziende di settore d'eccellenza (ad esempio il terziario, l'industria farmaceutica o alimentare) alla qualità del servizio di ristorazione aziendale. Infatti, si tratta di contesti che esigono un livello di servizio medio-alto e considerano la mensa uno dei benefit più "appetibili" da parte dei dipendenti.

E' quindi evidente la necessità di un "restyling" dell'offerta per questo comparto, così che possa adattarsi all'evoluzione del mercato del lavoro in Italia.

3. La disciplina giuridica sul servizio di ristorazione aziendale.

La determinazione del concetto di "mensa", trova il suo fondamento nella contrattazione collettiva ed in particolare modo nella contrattazione di secondo livello (territoriale). Essa si definisce in questo modo dal momento che integra il contratto collettivo nazionale di lavoro con ulteriori acquisizioni.

Tuttavia spesso la materia viene implementata o chiarificata da pareri, circolari, risoluzioni, sentenze sia in sede giurisprudenziale che istituzionale (Inps, Inail, Agenzia Entrate).

Quindi si tratta di una disciplina pattizia, rientrante, di conseguenza, nella categoria più vasta dei servizi e beni messi a disposizione dei dipendenti, come contro prestazione del datore di lavoro, e necessari al soddisfacimento sia dell'interesse di natura aziendale per il corretto conseguimento della prestazione lavorativa e simbolo della moderna evoluzione del sistema produttivo mondiale (taylorismo), includente oltre all'indennità di mensa/ticket, anche altre indennità come quella di "trasferta", di "cassa", di "trasporto", di "reperibilità" o benefit, come "l'auto aziendale" oppure lo "stock options".

Quindi il servizio mensa rappresenta una conquista rilevante per il sistema sindacale. Infatti, questo settore spesso viene regolamentato da "Accordi" sindacali finalizzati ad aggiornare periodicamente la materia.

4. La ristorazione aziendale nel settore pubblico attraverso una ricerca dell'Associazione Consumatori Utenti.

L'ACU- Associazione Consumatori Utenti- Onlus, ha realizzato una ricerca informativa nel settore della ristorazione aziendale degli enti pubblici, sui prezzi di beni e servizi rapportati a standard di qualità predefiniti.

Questo studio è stato svolto in tutti i capoluoghi di regione e nelle città con un numero di abitanti superiore a 100.000 unità.

Il numero totale dei servizi di ristorazione aziendale oggetto della ricerca è stato all'anno 2005, di 74 unità di cui: 15 nel Nord-Ovest, 14 nel Nord-Est, 25 nel Centro, 11 nel Sud, 9 nelle isole.

Tale studio può servire alla presente ricerca per analizzare alcune opportunità per l'inserimento dei prodotti di commercio equo e solidale.

La gestione del servizio è stata affidata:

Aziende municipalizzate	0	0%
Strutture interne aziendali	9	12,16%
Aziende ristorazione	63	85,14%
Altro	2	2,70%

Pasti mediamente preparati per ogni servizio

meno di 10	1
da 11 a 30	3
da 31 a 60	8
da 61 a 120	19
da 121 a 180	11
da 181 a 300	8
da 301 e 600	12
da 601 a 1000	6
da 1.001 a 2500	2
da 2.501 a 5000	2
Più di 5.001	1
non disponibile	1
Totale	74
media pasti per centro cottura	471,30

Composizione del pasto

Portate	Casi rilevati	% sul totale
primo piatto	74	100%
secondo piatto	73	98,65%
contorno caldo/freddo	72	97,30%
frutta fresca/dessert/yogurt	69	93,24%
Merenda	3	4,05%

Organismo di controllo della mensa aziendale

Si	43	58,11%
No	27	36,49%
non disponibile	4	5,41%

Così composto :

Insegnanti	0	0%
Genitori	0	0%
utenti del servizio	40	93,02%
consulenti esterni	14	32,56%
Altro (da specificare)	7	16,3%

Carta dei servizi per la ristorazione

Si	23	31,08%
No	49	66,22%
non disponibile	2	2,07%

Prodotti di qualità e/o a filiera controllata nei menu della ristorazione aziendale.

Si	46	62,16%
No	28	37,84%

Quali prodotti

Tipologia prodotti	Casi rilevati	%sul totale	freq. settim.
prodotti dell'agricoltura biologica	30	20%	3,5%
prodotti dell'agricoltura integrata	7	7%	2,7%
prodotti tipici (es.:DOP, IGP)	39	19%	3,3%
prodotti del commercio equo & solidale	9	1%	0,2%

Se non sono presenti determinate tipologie di prodotti, si rileva una volontà d'inserimento futuro per:

Tipologia di prodotti	Casi rilevati	%sul totale
prodotti dell'agricoltura biologica	6	21,4%
prodotti dell'agricoltura integrata	1	3,6%
prodotti tipici (es.:DOP,	3	10,7%

IGP)		
prodotti del commercio equo & solidale	2	7,14%
No	16	57%

5. Ricerca diretta: interviste a grandi aziende – I casi Elsag e AMT

L'opportunità del progetto "Public Affairs" ha spinto i ricercatori ad approfondire alcune tematiche utilizzando un format questionario da sottoporre direttamente ad alcune aziende nel corso di una intervista.

Le conclusioni presenti nel cap. 6 del documento tengono quindi conto dei risultati emersi da tre interviste: le prime due che riguardano l'azienda ELSAG DATAMAT s.p.a. (mensa dipendenti e ristorante dirigenti/ospiti) e l'ultima che riguarda Azienda Municipalizzata Trasporti A.M.T.

I dettagli delle tre interviste sono inseriti in appendice al documento.

6. Ricerca attraverso rivista di settore: "Ristorando"

Un'analisi degli appalti segnalati dalla rivista "Ristorando" nel corso degli anni 2004-2009 ha permesso di identificare 57 aziende di ristorazione per 325 appalti di mense aziendali.

Si allega al documento il dettaglio della ricerca effettuata, che evidenzia il forte espresso in questo settore dalle stesse aziende già in relazione con il consorzio per la ristorazione scolastica. In particolare, appaiono particolarmente attive la ditta Camst (59 appalti segnalati nel periodo); Avenance – Gruppo Elixir (57 appalti segnalati), il gruppo Onama-Compass (52 appalti), Pellegrini (36 appalti).

7. Conclusioni finali

- Dallo studio effettuato da ACU, risulta evidente che nella maggioranza dei casi il servizio viene affidato ad aziende della ristorazione collettiva; ciò potrebbe quindi permettere un'azione sinergica su aziende che sono già state contattate dal consorzio CTM Altromercato in altri settori della ristorazione (es. scolastica).
- Altro elemento che si ritiene utile evidenziare è il limitato numero medio di pasti, che potrebbe condizionare il servizio per quanto riguarda la fornitura di prodotti freschi, se non organizzati all'interno di una logistica già presente sull'area per altri servizi.

- ☒ Interessante l'usuale presenza di commissioni di controllo (rilevate nel 58% dei casi) composte dagli stessi utenti, che evidenzerebbe una possibilità di azione informativa e di stimolo all'inserimento di prodotti del commercio equo e solidale attraverso le rappresentanze dei dipendenti interne all'azienda.
- ☒ Sotto il profilo della qualità del servizio, è interessante rilevare che poco meno dei 2/3 degli enti oggetto dello studio dichiara di utilizzare nel menù prodotti di qualità e/o filiera controllata, i quali rappresentano il 48% delle materie prime utilizzate.
Ciò lascerebbe quindi intendere che il servizio offerto all'utenza non punta al semplice soddisfacimento dell'esigenza di fornire un pranzo ai dipendenti, ma punta ad essere percepito come un "benefit" anche nella qualità espressa dal servizio stesso.
- ☒ Infine, un dato che sorprende e che giustifica un approfondimento puntuale che vada oltre gli scopi di studio della presente ricerca: 9 aziende, sulle aziende 74 considerate, risultano aver già inserito prodotti del commercio equo e solidale nel menu della mensa aziendale.

- ☒ Infine, si evince dai dati che il 43% delle aziende consultate intende, in futuro, inserire nel menù prodotti di qualità e/o filiera controllata, e tra queste il 7% si dichiara propensa ad introdurre prodotti del commercio equo e solidale.

Anche dall'analisi delle tre interviste effettuate si possono dedurre alcune considerazioni:

- ☒ Il primo elemento di rilievo è il ruolo svolto dalle organizzazioni di rappresentanza dei lavoratori: anche se definito talvolta "marginale", risulta essere fondamentale nelle decisioni assunte dai gestori del servizio, che – pur riferendosi evidentemente a contratti d'appalto stipulati dall'azienda e quindi a costi prestabiliti – si dichiarano disponibili a modifiche e nuovi inserimenti di prodotto solo a condizione che vengano espresse esplicite richieste dagli utenti in tal senso. Come già espresso in precedenza, questa può essere un'opportunità per organizzazioni presenti in modo capillare sul territorio e capaci di mobilitare i singoli soci delle organizzazioni locali. Nello stesso tempo si deve però registrare un basso livello di consapevolezza e scarsa capacità dei referenti aziendali nell'intravedere opportunità di comunicare la propria responsabilità sociale d'impresa anche attraverso i servizi offerti ai propri dipendenti.
- ☒ Va rilevata la convinzione che l'inserimento di prodotti qualità e/o a filiera controllata, compresi quelli del commercio equo-solidale, comporterebbe un rilevante innalzamento del costo non sostenibile per l'impresa. Sulla base dell'esperienza della ristorazione scolastica, spesso attestata su un costo medio anche inferiore rispetto a quanto previsto dalle aziende, varrebbe la pena di approfondire questo aspetto per dimostrare quanto effettivamente potrebbe incidere una scelta di questo tipo.
- ☒ Coerentemente con ricerche di mercato per altri settori, l'intervista che si riferisce al ristorante aziendale per dirigenti/ospiti offre un panorama totalmente diverso, in cui viene utilizzato lo strumento qualitativo del prodotto (con una specifica preferenza per il prodotto tipico locale) per valorizzare il servizio e la "good practise" aziendale. In questo caso, visto il target dei destinatari e le risorse ad essi riservate, è stata recepita anche una maggior disponibilità aziendale

all'inserimento di prodotti del commercio equo e solidale, ai quali viene riconosciuta la duplice valenza etica e ambientale/biologica.

- ☒ Infine, ciò che emerge dalle interviste è lo scarso interesse delle aziende nel rendere visibile anche attraverso i propri servizi interni – quali la mensa dipendenti – una politica e identità azienda di responsabilità sociale, attuata invece con altri strumenti e comunicazioni rivolte all'esterno.

<u>Progetto Public Affairs</u> <u>RICERCA DI MERCATO RISTORAZIONE AZIENDALE</u>
--

**Questionario di rilevazione sul servizio di ristorazione aziendale:
ELSAG DATAMAT S.P.A. - GENOVA**

Domande generali:

1) A quale azienda è affidata la gestione del vostro servizio mensa?

La gestione del servizio mensa è affidata all'Industrial Food Mense.

2) Quanti pasti vengono mediante preparati ogni giorno?

In media, ogni giorno, vengono preparati 1200 pasti.

Domande sulle caratteristiche del pasto:

3) Qual è il costo aziendale indicativo del pasto?

Il costo aziendale indicativo del pasto è inferiore a 5 euro.

4) Com'è composto il pasto?

a) primo piatto	X
b) secondo piatto	X
c) contorno caldo/freddo	X
d) frutta fresca/dessert/yogurt*	X
e) merenda	

*La frutta fresca è compresa nel pasto, mentre il dessert è escluso, ma può essere acquistato dall'utente, infine, l'yogurt può essere consumato in alternativa al primo pasto.

5) Avete ricevuto da parte degli utenti particolari richieste?

Sì, la frutta fresca è stata richiesta da parte degli utenti, infatti, in precedenza essa non era compresa nel pasto, anche se poteva essere acquistata dall'utente. Inoltre, gli utenti possono fare delle richieste attraverso un'e-mail dedicata.

Domande sul controllo della qualità del pasto da parte degli utenti:

- 6) Le organizzazioni dei rappresentanti dei lavoratori svolgono un ruolo nell'impostazione del servizio di mensa aziendale?

Le organizzazioni dei rappresentanti dei lavoratori svolgono un ruolo nell'impostazione del servizio di mensa aziendale attraverso la Commissione mensa, la quale, oltre a proporre dei suggerimenti, esprime un giudizio sulla qualità dei prodotti utilizzati.

Nel caso in cui il parere della Commissione su un prodotto sia negativo, il fornitore del servizio deve sostituirlo.

- 7) Se sì, partecipano alla scelta dei prodotti utilizzati per la preparazione del pasto o al controllo della qualità di quest'ultimo?

Le organizzazioni dei rappresentanti dei lavoratori non partecipano alla scelta dei prodotti, però, come è stato affermato in precedenza, la Commissione mensa può formulare delle proposte, commentare la qualità del servizio, ed infine può anche esprimere dei pareri negativi sui prodotti utilizzati, che comportano la sostituzione da parte del fornitore di quest'ultimi.

- 8) Esiste del materiale informativo per gli utenti della mensa?

Il materiale informativo è a disposizione dell'utente presso i locali della mensa.

- 9) Se la risposta alla domanda precedente è no, siete intenzionati a realizzarla?

Domande sulle caratteristiche dei prodotti utilizzati per la preparazione del pasto:

- 10) Nel menù sono presenti prodotti di qualità e/o a filiera controllata?

Sì, in particolare sono presenti latticini tipici e piatti tipici genovesi (pesto, minestrone, focaccia al formaggio).

- 11) Se la risposta alla domanda precedente è sì, quali prodotti di qualità sono presenti nel menù?

Tipologia dei prodotti	% sul totale	Frequenza settimanale
a) prodotti dell'agricoltura biologica	0	
b) prodotti dell'agricoltura integrata	0	
c) prodotti tipici	5% max 10%	Max 2 volte alla settimana
e) prodotti del commercio equo & solidale	0	

f) gluten-free		Tutti i giorni
g) menu per esigenze religiose		Tutti i giorni

12) Inoltre, se la risposta alla domanda 11 è sì, quali sono stati i motivi che vi hanno spinto ad introdurre questi prodotti all'interno del menù? Si è verificata un'esplicita richiesta da parte degli utenti e/o da parte dell'organizzazione sindacale?

Da parte degli utenti (commissione mensa) è stato richiesto l'inserimento del pesto, mentre i latticini tipici sono stati introdotti dalla ditta di ristorazione. Infine i prodotti gluten-free sono stati proposti dall'azienda.

13) Mentre, se la risposta alla domanda 11 è no, pensate di voler inserire in futuro alcune categorie di prodotti di qualità nel menù? Avete ricevuto delle richieste da parte delle rappresentanze dei lavoratori al fine di introdurre prodotti di qualità nel menù? Se sì, quali?

L'azienda si dichiara non disponibile ad introdurre altre tipologie di prodotti di qualità e/o a filiera controllata dal momento che non ci sono state richieste specifiche da parte degli utenti, soprattutto da parte della Commissione mensa.

Tipologia dei prodotti	
a) prodotti dell'agricoltura biologica	
b) prodotti dell'agricoltura integrata	
c) prodotti tipici	
e) prodotti del commercio equo & solidale	

14) Se la risposta alla domanda precedente è sì, quali sono i motivi che vi spingono ad introdurre questi prodotti, Se sì, quali?

15) Se la risposta alla domanda 13 è no, quali sono i motivi o le difficoltà che vi inducono a non introdurre questi prodotti all'interno del menù?

L'azienda si dichiara non propensa ad inserire altri prodotti di qualità e/o filiera controllata, in quanto introdurre questi prodotti, il cui prezzo generalmente è elevato, determinerebbe un aumento del costo del pasto troppo consistente.

===

Documento n° 2 in appendice

Progetto Public Affairs <u>RICERCA DI MERCATO RISTORAZIONE AZIENDALE</u>

Questionario di rilevazione sul servizio di ristorazione aziendale:

ELSAG DATAMAT S.P.A. - RISTORANTE (riservato ai dirigenti e ospiti).

L'azienda Elsag, oltre a prevedere un servizio mensa per i suoi dipendenti, dispone di un ristorante aziendale, il cui accesso è riservato alla dirigenza e agli eventuali ospiti. Naturalmente, il servizio offerto dal ristorante prevede una maggiore qualità delle materie prime utilizzate e l'impiego di prodotti tipici.

Inoltre, nel pasto, sono compresi oltre al primo e al secondo piatto, la frutta fresca, il dessert, il caffè e le bevande alcoliche.

Infine, è necessario precisare che il servizio è al tavolo.

Domande generali:

1) A quale azienda è affidata la gestione del vostro servizio mensa?

La gestione del servizio mensa è affidato all'Industrial Food Mense.

2) Quanti pasti vengono mediante preparati ogni giorno?

In media, ogni giorno, vengono preparati 20 pasti.

Domande sulle caratteristiche del pasto:

2) Qual è il costo aziendale indicativo del pasto?

Sopra i 20.

3) Com'è composto il pasto?

a) primo piatto	X
b) secondo piatto	X
c) contorno caldo/freddo	X
d) frutta fresca/dessert/yogurt	X
e) bevande alcoliche	X

4) Avete ricevuto da parte degli utenti particolari richieste?

Per quanto riguarda il pasto, non sono state avanzate particolari richieste, anche perché, come è stato affermato in precedenza, la composizione del pasto è molto ricercata. Inoltre in questo caso, dal momento che gli utenti sono i dirigenti dell'azienda, eventuali richieste dovrebbero pervenire dalla dirigenza, e non dalle organizzazioni dei rappresentanti dei lavoratori.

Domande sul controllo della qualità del pasto da parte degli utenti:

- 5) Le organizzazioni dei rappresentanti dei lavoratori svolgono un ruolo nell'impostazione del servizio di mensa aziendale?

Come è stato affermato in precedenza, dal momento che gli utenti del servizio di mensa aziendale sono i dirigenti dell'azienda, le organizzazioni dei rappresentanti dei lavoratori non svolgono alcun ruolo nell'impostazione del servizio di mensa aziendale. Mentre, è la dirigenza che può proporre suggerimenti o reclami riguardo al servizio offerto, anche se ciò non è mai accaduto dal momento che è la stessa ditta di ristorazione che si propone di offrire un servizio di ottima qualità.

- 6) Se sì, partecipano alla scelta dei prodotti utilizzati per la preparazione del pasto o al controllo della qualità di quest'ultimo?

Come è stato affermato in precedenza, la ditta di ristorazione si propone di offrire un servizio di ottima qualità, quindi in generale la dirigenza non partecipa alla scelta dei prodotti, anche se ovviamente potrebbe avanzare delle richieste o dei reclami a riguardo, così come accaduto per i prodotti tipici.

- 7) Esiste del materiale informativo per gli utenti della mensa?

Il materiale informativo non è a disposizione dell'utente presso i locali della mensa, ma se egli la richiede può avere tutta la documentazione a riguardo. Inoltre, presso i locali del ristorante aziendale, è possibile visionare il menù del giorno.

- 8) Se la risposta alla domanda precedente è no, siete intenzionati a realizzarla?

Domande sulle caratteristiche dei prodotti utilizzati per la preparazione del pasto:

- 9) Nel menù sono presenti prodotti di qualità e/o a filiera controllata?

Sì, nel menù sono presenti prodotti tipici, in particolare latticini, bresaola, pesto, vini. Essi sono stati introdotti nel menù, soprattutto per fare degustare agli ospiti stranieri dell'azienda i prodotti "made in italy".

- 10) Se la risposta alla domanda precedente è sì, quali prodotti di qualità sono presenti nel menù?

Tipologia dei prodotti	% sul totale	Frequenza settimanale
a) prodotti dell'agricoltura biologica	0	
b) prodotti dell'agricoltura integrata	0	
c) prodotti tipici	30%	Tutti i giorni
e) prodotti del commercio equo & solidale	0	

f) gluten-free (sarebbero disponibili ma nessuno ne ha fatto richiesta)	0	Tutti i giorni
---	---	----------------

11) Inoltre, se la risposta alla domanda 11 è sì, quali sono stati i motivi che vi hanno spinto ad introdurre questi prodotti all'interno del menù? Si è verificata un'esplicita richiesta da parte della dirigenza?

I prodotti tipici sono stati introdotti nel menù dalla dirigenza soprattutto allo scopo di fare conoscere agli ospiti stranieri i prodotti "made in italy".
I prodotti gluten-free sarebbero disponibili, ma nessun utente ne ha fatto richiesta.

12) Mentre, se la risposta alla domanda 11 è no, pensate di voler inserire in futuro alcune categorie di prodotti di qualità nel menù? Avete ricevuto delle richieste da parte delle rappresentanze dei lavoratori al fine di introdurre prodotti di qualità nel menù? Se sì, quali?

L'azienda dichiara che potrebbe essere disponibile, in futuro, ad introdurre prodotti del commercio equo-solidale.

Tipologia dei prodotti	
a) prodotti dell'agricoltura biologica	
b) prodotti dell'agricoltura integrata	
c) prodotti tipici	
e) prodotti del commercio equo & solidale	X

13) Se la risposta alla domanda precedente è sì, quali sono i motivi che vi spingono ad introdurre questi prodotti, Se sì, quali?

L'azienda dichiara che potrebbe essere disponibile, in futuro, ad introdurre prodotti del commercio equo-solidale. Questa scelta corrisponderebbe alla volontà di adottare una sorta di good-practice aziendale, che può essere portata all'attenzione degli ospiti utenti del ristorante aziendale.

Peraltro, l'utilizzo di questi prodotti garantirebbe nella maggioranza dei casi la loro provenienza da agricoltura biologica.

Inoltre, in questo caso, a differenza del servizio di mensa aziendale, la questione economica avrebbe una rilevanza minore dal momento che il costo del pasto è molto elevato.

15) Se la risposta alla domanda 13 è no, quali sono i motivi o le difficoltà che vi inducono a non introdurre questi prodotti all'interno del menù?

====

<u>Progetto Public Affairs</u> <u>RICERCA DI MERCATO RISTORAZIONE AZIENDALE</u>
--

Questionario di rilevazione sul servizio di ristorazione aziendale:
AZIENDA MUNICIPALIZZATA TRASPORTI (AMT) - GENOVA

Domande generali:

1) A quale azienda è affidata la gestione del vostro servizio mensa?
La gestione del servizio mensa è affidata all'Eurest.

2) Quanti pasti vengono mediante preparati ogni giorno?

In media i pasti preparati ogni giorno sono 710, distribuiti in diversi siti.
Inoltre essi vengono cucinati internamente. Le attrezzature per la preparazione del pasto sono di proprietà dell'AMT.

Domande sulle caratteristiche del pasto:

- 3) Qual è il costo aziendale indicativo del pasto?
Il costo aziendale indicativo del pasto è di 6 euro.
- 4) Com'è composto il pasto?

a) primo piatto	X
b) secondo piatto	X
c) contorno caldo/freddo	X
d) frutta fresca/dessert/yogurt*	X
e) bevande	X
f) merenda (succo brik)	X

*Tra queste tipologie di prodotti l'utente può consumarne sola una.

5) Avete ricevuto da parte degli utenti particolari richieste?
No.

Domande sul controllo della qualità del pasto da parte degli utenti:

6) Le organizzazioni dei rappresentanti dei lavoratori svolgono un ruolo nell'impostazione del servizio di mensa aziendale?

Esse svolgono un ruolo marginale, che si configura nel fornire alcuni suggerimenti o porgere alcuni reclami per quanto riguarda il pasto servito dalla mensa e l'articolazione del menù.

- 7) Se sì, partecipano alla scelta dei prodotti utilizzati per la preparazione del pasto o al controllo della qualità di quest'ultimo?

Come è stato affermato in precedenza, le organizzazioni dei rappresentanti dei lavoratori svolgono un ruolo marginale nell'impostazione della mensa aziendale, e di conseguenza non partecipano scelta dei prodotti utilizzati per la preparazione del pasto, indicati nell'offerta tecnica del capitolato per il servizio mensa.

- 8) Esiste del materiale informativo per gli utenti della mensa?

Il materiale informativo non è a disposizione dell'utente presso i locali della mensa, ma se egli la richiede può avere tutta la documentazione a riguardo. Inoltre, presso i locali della mensa, è possibile visionare il menù settimanale.

- 9) Se la risposta alla domanda precedente è no, siete intenzionati a realizzarla?

Domande sulle caratteristiche dei prodotti utilizzati per la preparazione del pasto:

- 10) Nel menù sono presenti prodotti di qualità e/o a filiera controllata?
11) Se la risposta alla domanda precedente è sì, quali prodotti di qualità sono presenti nel menù?

Nel menù non è presente alcun prodotto di qualità e/o a filiera controllata.

Tipologia dei prodotti	% sul totale	Frequenza settimanale
a) prodotti dell'agricoltura biologica		
b) prodotti dell'agricoltura integrata		
c) prodotti tipici		
e) prodotti del commercio equo & solidale		

- 12) Inoltre, se la risposta alla domanda 13 è sì, quali sono stati i motivi che vi hanno spinto ad introdurre questi prodotti all'interno del menù? Si è verificata un'esplicita richiesta da parte degli utenti e/o da parte dell'organizzazione sindacale?

- 13) Mentre, se la risposta alla domanda 13 è no, pensate di voler inserire in futuro alcune categorie di prodotti di qualità nel menù? Avete ricevuto delle richieste da parte delle rappresentanze dei lavoratori al fine di introdurre prodotti di qualità nel menù? Se sì, quali?

A breve termine l'azienda non intende inserire, all'interno del proprio servizio di mensa, queste tipologie di prodotti, dal momento che la scadenza del contratto con la ditta di ristorazione ricorre fra quattro anni.

Anche per quanto riguarda il lungo periodo, l'azienda non si ritiene propensa ad inserire queste tipologie di prodotti, per diverse motivazioni che saranno illustrati

alla domanda 15, e soprattutto dal momento che le organizzazioni delle rappresentanze dei lavoratori non hanno avanzato alcuna richiesta in proposito.

Tipologia dei prodotti	
a) prodotti dell'agricoltura biologica	
b) prodotti dell'agricoltura integrata	
c) prodotti tipici	
e) prodotti del commercio equo & solidale	

14) Se la risposta alla domanda precedente è sì, quali sono i motivi che vi spingono ad introdurre questi prodotti, Se sì, quali?

15) Se la risposta alla domanda 16 è no, quali sono i motivi o le difficoltà che vi inducono a non introdurre questi prodotti all'interno del menù?

L'azienda si dichiara non propensa ad inserire prodotti di qualità e/o filiera controllata per due motivazioni differenti.

La prima risulta prettamente economica, in quanto inserire questi prodotti, il cui prezzo generalmente è elevato, determinerebbe un aumento del costo del pasto troppo consistente. La seconda è di carattere gestionale, dal momento che l'azienda dovrebbe svolgere un'attività di controllo sull'operato dell'azienda di ristorazione a proposito dell'utilizzo dei prodotti, eventualmente richiesti nel capitolato. Di conseguenza lo svolgimento di questa attività determinerebbe un ulteriore costo per l'azienda.