



Franchising & Trade, la fiera milanese che da anni rappresenta uno dei più importanti appuntamenti europei per il settore delle affiliazioni commerciali, ha vissuto la propria edizione 2006 dal 20 al 23 ottobre nel contesto della nuova sede espositiva di Pero-Rho. All'evento erano presenti cinque aziende del settore della distribuzione automatica home video. Tra le novità, software sempre più "intelligenti" e macchine multifunzione

Chi si ferma è perduto

Lo stato dell'arte di Videosystem, Laservideo, Robovideo, Nuova Vde International e Magex

A cura di

ANDREA DUSIO

Franchising & Trade, il salone che si è svolto dal 20 al 23 ottobre presso il Nuovo Quartiere di Fieramilano, all'interno del padiglione 11, ha coinvolto quest'anno 250 espositori, per una superficie complessiva di stand pari a 8.000 metri quadri. La manifestazione, nata nell'ormai lontano 1986, continua a essere uno dei più importanti eventi continentali nell'ambito del business delle affiliazioni commerciali. Come sempre ben nutrita la presenza di aziende che si muovono nel comparto della creazione di locali automatizzati focalizzati sul noleggio del prodotto home video.

La tendenza che si è indubbiamente consolidata da parte di questi operatori negli ultimi mesi è quella di attuare una radicale innovazione nella stessa concezione del distributore automatico, esaltando sempre più la multifunzionalità delle macchine.

A Franchising & Trade erano dunque presenti cinque aziende del settore: Videosystem, Laservideo, Robovideo, Nuova Vde International e Magex. La presenza di realtà dell'home video era completata dallo stand di Blockbuster Italia.

In parallelo alla presenza sempre più capillare nel mercato italiano delle catene home video Megamondo e il Grande Cinema, gestite da Area Film, Videosystem esplica ogni anno con maggior forza la propria attività anche in ambito internazionale. Spiega Stefano Tassello, amministratore delegato della società di Schio: "La nostra attività copre ormai tanto i mercati consolidati quanto quelli emergenti. In Francia e Spagna, paesi in cui la distribuzione automatica sta attraversando un momento non facile, per differenti motivi, il nostro parco macchine installato ha assunto da tempo dimensioni tali da consentirci di continuare a lavorare con profitto. In Germania il mercato presenta ancora una situazione anomala, perché le catene home video solo recentemente hanno "aperto" all'automatizzazione dei locali da noleggio. Le prospettive però restano interessanti. Abbiamo apprezzato anche mercati in fase di start up o crescita molto recente, come Russia, Polonia, Messico e Cile. Un discorso differente meritano Usa e Canada, dove esistono tutti gli elementi per realizzare in futuro numeri importanti. E che dunque presidiamo con particolare attenzione. Lavoriamo inoltre in Svizzera, Austria, Belgio, Inghilterra e Irlanda. Due sono le operazioni in questo momento che vanno segnalate a livello internazionale: siamo appena partiti con cinque negozi a Essen, in Germania, unitamente a Clockbuster, nostro nuovo partner in quella zona della Germania. E prestissimo effettueremo le prime installazioni in Giappone. Quella niponica è a tutti gli effetti una delle più importanti realtà mondiali per ciò che concerne i volumi del mercato home video: inutile nascondere dunque la soddisfazione legata al fatto di essere arrivati su di uno scenario così strategico".

Quanto al mercato italiano, Tassello non nasconde che stia attraversando un periodo di stasi: "Per vedere dei cambiamenti dovremo aspettare tutto il 2007. Nel 2006

infatti abbiamo registrato un calo, dovuto soprattutto al fatto che non intendiamo in alcun modo svendere il nostro prodotto, assoggettandoci a prezzi che non hanno ragione di esistere quando si propongono macchine come le nostre".

Laservideo ha raggiunto quest'anno i 184 punti vendita, e si appresta ad arrivare entro la fine dell'anno a 200 locali automatizzati. Spiega il titolare dell'azienda, Massimo Flisi: "Noi oggi lavoriamo soprattutto con nuove aperture, ancor più che con il mercato di sostituzione. E devo dire che siamo riusciti a coprire tutto il territorio nazionale. Proprio in questi ultimi mesi abbiamo infatti inaugurato locali automatizzati a Massa, Settimo Milanese, Bari, Pavia, Pisa, tanto per fare degli esempi. E lo sviluppo del business dell'home video si orienterà secondo noi sempre più nella direzione di un ritorno al servizio. Ecco perché, da un lato, è probabile che nascano sempre più videoteche che integreranno il distributore automatico con il modello originario del gestore. Noi abbiamo però lavorato anche sull'idea di "negozi intelligenti", dotando cioè il distributore di una serie di funzioni che permettono di garantire un servizio in tutto simile a quello offerto dalla presenza di personale nel punto vendita. Mi piace in questo senso sottolineare che l'ultima generazione delle nostre macchine implementa alcune innovazioni molto importanti a livello del software. È il caso della funzione Dammi un bel film. Attraverso la quale la macchina, che conserva in memoria i dati relativi al cliente ed è dunque in grado di interpretarne i gusti, indirizza verso la scelta di un determinato film. Oltre a questa funzione, ce ne sono altre molto interessanti, tra cui la possibilità di visionare per ogni titolo l'intero trailer a schermo pieno, la fascetta e il retrocopertina del Dvd".

Laservideo ha consolidato quest'anno i rapporti con SF Franchising, società di servizi che ha collaborato attivamente alla

definizione delle strategie di crescita dell'azienda di Suzzara (Mantova). Spiega Stefano Mainardi, responsabile vendite film di Laservideo: "Oggi esistono 8 negozi a nome di LineaVideo 24H. In futuro però quest'insegna affiancherà in tutto e per tutto quella di Laservideo 24H. Abbiamo appena predisposto un nuovo lay-out, ispirato a colori molto caldi, con prevalenza dell'arancione. Devo comunque precisare che con i nostri affiliati siamo e saremo, a livello di regolamenti, inflessibili: la nostra arma per conquistare il mercato è infatti l'estrema serietà". E se in queste settimane è stato completato lo spettacolare capannone industriale dell'azienda, il 2006 resterà indubbiamente un anno con molte luci per Laservideo: "C'è sì stato un calo estivo, ma alla fine dell'anno crediamo che la diminuzione sarà estremamente contenuta. Il mercato italiano ci ha dato infatti grandi soddisfazioni nella prima parte dell'anno, in cui abbiamo gettato ottime basi per i numeri che contano. E la fine del 2006 sarà comunque buona, tale da controbilanciare lo stop parziale avuto nei mesi più caldi".

Grande enfasi sul software anche per Robovideo. La società di Luzzara (Reggio Emilia) ha apportato infatti delle innovazioni di grande rilievo alle applicazioni implementate sui propri distributori. Spiega il responsabile marketing Nicola Campedelli: "Abbiamo lavorato anzitutto sulla necessità di rendere l'interfaccia delle nostre macchine ancora più semplice e intuitiva da usare per l'utente. E il risultato è sotto gli occhi di tutti: oggi utilizzare le nostre macchine è divenuto ancor più facile e divertente. E soprattutto, grazie al software abbiamo potuto creare delle combinazioni rivoluzionarie per ciò che riguarda le ricariche: abbineremo in questo senso la possibilità di ricaricare le nostre tessere e il telefonino, ottenendo per di più degli sconti da utilizzare nei noleggi. E questo è solo un esempio: abbiamo messo a punto anche un sistema di consultazione delle

nostre macchine in grado di dare sempre più elementi e dinamicità ai clienti, con l'opportunità di visionare interamente il trailer e un numero corposissimo di altre informazioni".

Altro elemento da rimarcare è la dotazione di funzioni sempre nuove per i distributori automatici, con la creazione di ulteriori opportunità di guadagno per le videoteche, nonché per altre tipologie di retailer. Da segnalare in questo senso è EasyShop24, un distributore automatico per la vendita a caduta libera. Che offre la possibilità di commercializzare materiale audiovisivo, vietato ai minori e no, materiale musicale, videogiochi, batterie, accessori per la telefonia, tessere prepagate, rullini fotografici e tanto altro. La soluzione può dunque essere introdotta tanto nei video shop, quanto nelle stazioni ferroviarie e della metropolitana, negli aeroporti, nei parcheggi e nei centri commerciali, solo per elencare le location più gettonate.

Sul fronte dell'apertura sempre più spiccata a nuove formule e opportunità di business si muove da tempo anche Nuova VDE International, l'azienda di Brendola (Vicenza) guidata da Gianni Vicentin. È il nuovo responsabile della rete commerciale Italia della società, Giorgio Marengo, a illustrarci la nuova articolazione della proposta: "Siamo al salone del franchising con una stand diviso di fatto in tre parti. Da un lato infatti presentiamo la nostra collaudatissima e sempre innovativa gamma di distributori automatici per l'home video, che sin dall'anno scorso si è dotata di un modello rivoluzionario in grado di erogare qualsiasi tipo di prodotto e gadget. Dall'altro, siamo qui anche con il concept Fantasy Store, che permette di affiancare alla videoteca anche un altro business in grado di dare straordinaria marginalità: quello dell'abbigliamento legato al mondo dei più importanti licensing. E, per finire, la novità più rimarchevole è quella dell'Automatic Free Shop, un modello di negozio automatico che può occupare da 18 metri quadri sino a metrature molto più ampie, arrivando anche a cento/centocinquanta mq. È un corner alimentare dotato dei migliori brand, realizzato con tecnologia davvero a prova di scasso. Va sottolineato che la tipologia di prodotti che queste macchine vendono garantiscono un flusso di cassa importante, ma soprattutto guadagni che non hanno pari con altre categorie merceologiche".

Estremamente attiva anche Magex, che ha lavorato in maniera molto intelligente al potenziamento delle funzionalità delle proprie macchine. Spiega il titolare Mauro Maula: "Il 2006 è stato un anno duro. Ma l'attento rinnovamento che abbiamo portato a termine sulla nostra gamma ci permette di guardare con grande ottimismo al futuro: qui a Milano presentiamo Gadget Shop, un distributore di gadget destinato a chi voglia differenziare la propria offerta, e che è forte di un pannello touch screen abbinato al nostro innovativo software eRentCinema. E abbiamo appena introdotto una macchina di straordinaria capacità: si tratta di MiniPlus, un modello che può ospitare la bellezza di 2.424 Dvd in custodia slim, e che dispone di una doppia bocca di erogazione/restituzione".

GIUDIZIO IMPIETOSO PER LA NUOVA FIERA

Peggior era difficile fare. La nuova sede di Pero-Rho della Fiera di Milano in occasione di Franchising & Trade ci è sembrata, senza mezzi termini, un disastro. E vi spieghiamo perché.

Sbarcati a Rho con la metropolitana, prolungata proprio per la nuova sede, ci siamo sorbiti da subito un bel po' di tapis roulant per uscire dalla buca del metrò. E una volta all'aria aperta, siamo risaliti sul nostro bravo nastro, per farci altri dieci minuti di strada. Tutti i padiglioni sono stati infatti disposti dal progetto dell'emerito architetto Fuksas in rigorosa sequenza lineare. E così, se dovete un bel di andare all'ultimo, vi sorbirete un'ora di strada. Perché di fare due o più uscite del metrò manco a pensarci.

Arrivati al padiglione 11, sede del salone del franchising, ci hanno fatto

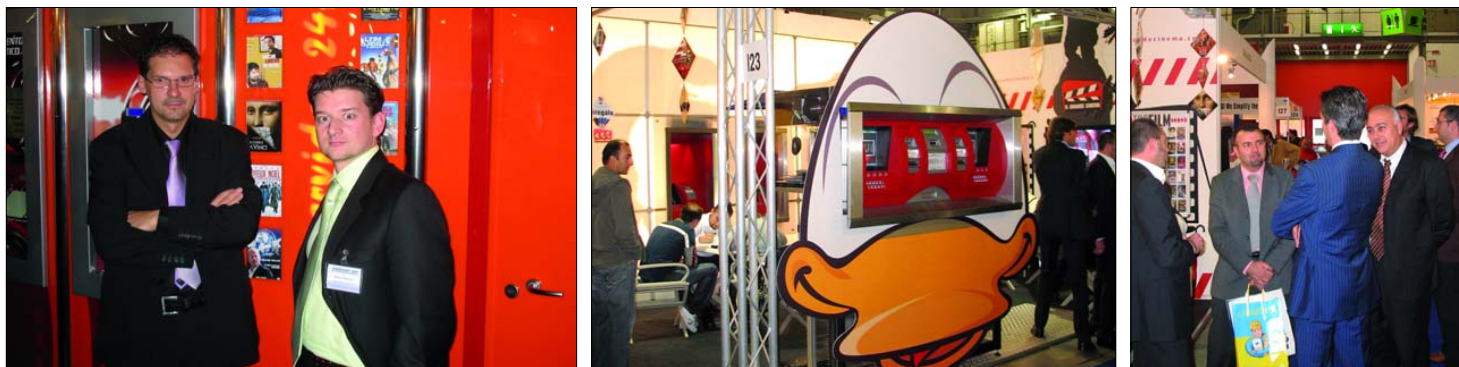
fare quaranta minuti di coda per l'accredito. Per poi spedirci, con un nulla di fatto, all'ufficio stampa. Che è un bel po' più indietro, al padiglione 6. E sta al vecchio Palazzetto CISI per la stampa della Fiera Campionaria di Piazza Amendola come un campo di subbuteo allo stadio Meazza.

Discorso esattamente opposto per i padiglioni. Che sono ciclopici. Ma così ciclopici da sembrare sempre e comunque vuoti, per l'enormità degli spazi lasciati inutilizzati dagli allestimenti. Il risultato è che, mentre si svolgevano contemporaneamente quattro importanti eventi fieristici, la struttura appariva deserta.

E chi se ne intende sa che fattore deprimente è un padiglione mezzo non allestito per il business. Insomma, ma che ci avete portato a fare a Rho? Non si stava meglio nella vecchia sede?



Nella foto qui sopra, da sinistra: Nicola Campedelli, responsabile marketing di Robovideo, presenta l'innovativo software creato dalla società di Luzzara (Re), pensato per collimare al meglio le esigenze del cliente finale; un particolare dello stand, in cui facevano mostra di se le nuove macchine Easy Shop 24, concepito appositamente per il mercato del sell; lo stand di Nuova Vde International, in cui veniva presentato il concept di Fantasy Store; Giorgio Marengo, responsabile rete vendita Italia della società di Brendola (Vi), davanti ad Automatic Free Shop, il distributore creato per la vendita di prodotto food, con cui dar luogo ad un business alternativo di alta marginalità nei punti vendita.



Nelle foto qui sopra, Massimo Flisi e Stefano Mainardi, rispettivamente titolare e responsabile vendite film di Laservideo 24h: la società di Suzzara (Mn) ha presentato al Salone del Franchising di Milano un layout con nuova colorazione arancio per i negozi automatizzati, introducendo anche diverse funzionalità estremamente innovative nel software delle proprie macchine; lo stand di Videosystem, in cui illustrate le novità relative alle due catene home video legate alla società di Schio (Vi): Il Grande Cinema e Megamondo, gestite da Altrofilm; Da sinistra: Alberto Faccioni, responsabile di Area Film, Giuseppe Lemmi e Decio Buselli di Intervideo, Stefano Tassello (di spalle), amministratore delegato Videosystem.



Nelle foto qui sopra: lo stand di Magex all'interno del quale sono state presentate le numerose novità relative alla gamma della società di Montebello Vicentino (Vi), guidata da Mauro Maule; la macchina Shop 24h, con cui Magex intende aggredire il segmento dei distributori multiprodotto, e che è stata creata con particolare attenzione all'aspetto della privacy; lo stand di Blockbuster, che al salone del franchising ha proposto le novità relative al proprio modello di affiliazione. Da notare in questo senso che bigblue era l'unica insegna presente, tra quelle legate al mondo dell'home video, a non utilizzare nei propri store i distributori automatici.

Da Friends a Friends With Money

JENNIFER ANISTON (Ti odio, ti besucia, ti... E solo fine arriva Polly)
in un'effervescente commedia sulla vita moderna, l'amore e il denaro.

UN CAST DA OSCAR!*

FRANCES McDORMAND, Premio Oscar® per Fiegni e candidata per North Country, Crave lancia il Mississippi Running.

CATHERINE KEENER, candidata all'Oscar® per Fiesoni Julia Meloni e per Innamorati - A sangue freddo.

JOAN CUSACK, due volte candidata all'Oscar® come Miglior Attrice non Protagonista per In & Out e Una donna in camera.

DAL 28 DICEMBRE A NOLEGGIO

Il film che ha aperto con successo il Sundance Film Festival 2006

Sony Pictures Home Entertainment S.r.l. - Via Cantalupo in Sabina, 29 - 00191 Roma - Servizio Clienti: tel. 06.33.018.204 - Fax 06.33.35.367 www.sonypictures.it