Distribuzione automatica, segnali di ripresa per le "macchinette"

distributori-1-89d04464

I **consumi ai distributori automatici** sono in linea con la **moderata ripresa dell'economia** del nostro Paese e con un ritorno della fiducia da parte del consumatore. E' quanto emerge da uno **studio sulle tendenze di consumo realizzato da Accenture per CONFIDA** – Associazione Italiana della Distribuzione Automatica.

Dati macro**Trenta milioni di italiani utilizzano i distributori automatici** e, considerando i consumi sia dai distributori automatici tradizionali che dalle macchine a capsule e cialde sempre più diffuse nelle case e negli uffici, nel 2015 si registra un **fatturato di circa 3,4 miliardi di euro** (+3,1%) e **10,5 miliardi di consumazioni** (+2,6%), rispetto al 2014. Il mondo del vending è prevalentemente legato alle attività delle società di gestione che si occupano di installazione, manutenzione e rifornimento delle macchine presso il cliente; tuttavia negli ultimi anni si sta registrando una variazione nelle scelte di acquisto del consumatore con particolare riferimento al caffè porzionato.

Quest'anno per la prima volta si è preso in considerazione nel panel di riferimento dello studio il mercato globale della distribuzione automatica e semi automatica, includendo tutto il segmento del **caffè porzionato**, a prescindere dal canale di approvvigionamento scelto dal consumatore ed alternativo a quello delle sole gestioni (GDO, Internet, import, torrefattori, ecc.).

Totale mercato automatico e porzionato**Il mercato del caffè porzionato -** Il dato globale del consumo del caffè porzionato in Italia nel 2015 segna una crescita delle consumazioni del +1,9%, calcolato tenendo conto non solo del dato proveniente dalle imprese di gestione, che tradizionalmente forniscono la macchina in uso gratuito e il servizio di somministrazione del caffè in capsule o cialde monodose, ma anche di alcune **evoluzioni del mercato** che ne hanno modificato le caratteristiche e l'andamento:
• Diversi clienti (es. uffici) abbandonano la formula del servizio in uso gratuito delle macchine semiautomatiche per avvalersi direttamente delle offerte dei canali retail, GDO e acquisti online.

• In molti uffici la proprietà non mette più a disposizione il caffè ai dipendenti, che si stanno organizzando tra loro contattando direttamente il gestore per avere una macchina installata.
• Le torrefazioni stanno aumentando la produzione e commercializzazione di capsule compatibili, dato confermato anche dall'aumento della produzione delle capsule vuote (senza caffè) da parte delle aziende specializzate.
• Piccoli negozi alimentari (non bar) attrezzati per la pausa pranzo (es. salumerie, formaggi freschi) stanno richiedendo sempre di più soluzioni automatiche per offrire caffè ai clienti, non volendo acquistare una macchina da caffè professionale per il locale.

L'attività delle imprese di gestione, che rappresenta il 25% delle consumazioni totali di caffè porzionato, ha fatto registrare nel 2015 un **calo significativo in termini quantitativi** rispetto al 2014 (consumazioni -7,1%, parco macchine, -8,6%).

Il mercato della distribuzione automatica - Le rilevazioni sul mercato della distribuzione automatica tradizionale evidenziano un lieve incremento dei volumi da imputare al maggior numero di giorni lavorativi del 2015 e alla particolare stagionalità dell'anno che ha notevolmente influenzato il mix dei consumi. Si registra infatti una **forte crescita nei consumi delle bevande fredde** (+10,5%), condizionata dalle **alte temperature estive** che, in particolare nel mese di luglio 2015, sono state nettamente superiori rispetto all'anno precedente, mentre sono stabili i consumi di bevande calde e snack.

Consumazioni per tipologia di prodottoI prodotti alimentari consumati dai distributori automatici sono ancora principalmente gli **snack tradizionali** (utili al fuori pasto, non in risposta al bisogno di alimentarsi), tuttavia si registra una crescita di **prodotti freschi e sostituitivi del pasto**, in particolare panini (+7,2%) e pasti pronti (+18,8%), anche se continuano a rappresentare una nicchia di mercato. I prodotti prelevati con maggior frequenza sono le **bevande sia calde che fredde**, indice del fatto che i distributori automatici sono prima di tutto avvicinati per soddisfare la voglia di un caffè e per togliersi la sete.

La distribuzione automatica si conferma un canale grazie al quale il prodotto e lo scaffale vanno là dove il consumatore lavora, studia, parte, arriva, è in attesa… Le 'macchinette' propongono (e di fatto affermano) un **modello diverso di relazione commerciale**. "Grazie a queste sue caratteristiche, il vending mantiene complessivamente la sua dinamicità pur avendo avuto importanti ripercussioni dai recenti anni di crisi economica sulla produzione di distributori automatici per il mercato italiano. Attendiamo che al dato ISTAT, che fa riferimento ad una moderata ripresa, segua al più presto un dato più rassicurante per quanto riguarda gli investimenti senza i quali non c'è vera ripresa

strutturale", spiega **Piero Angelo Lazzari**, presidente di CONFIDA.

Il futuro della distribuzione automatica - In questi ultimi anni la distribuzione automatica ha progressivamente diversificato la sua sfera di attività sia come business a sé (in diverse location), **ampliando gamma e tipologia di prodotti offerti, non solo food**; sia come tecnologia complementare al negozio tradizionale, offrendo numerosi vantaggi completando l'offerta del canale fisico, assortimento di prodotti, fidelizzazione al marchio, efficienza organizzativa e migliore esperienza di acquisto per il cliente. Inoltre, oggi, grazie anche all'integrazione con internet e con i moderni dispositivi digitali, la vending machine sta esplorando nuove modalità di servizio al consumatore trasformandosi da semplice strumento di erogazione di un prodotto a **touch point informativo e di servizio** in grado di personalizzare l'offerta in base ai nuovi trend di consumo per un cliente sempre più attento allo stile di vita consapevole, alle tematiche ambientali e di sostenibilità.

Per questi motivi è sempre più frequente trovare il distributore automatico integrato nei **negozi tradizionali di abbigliamento, elettronica di consumo, fiori, beauty e profumeria**, fino ai casi molto particolari di **opere d'arte e lampadine**. Pertanto, si chiamino pure simpaticamente "macchinette", ma in realtà questo termine racchiude in sé una complessa organizzazione imprenditoriale che mette insieme professionalità, modelli di business, soluzioni tecnologiche e innovazioni.