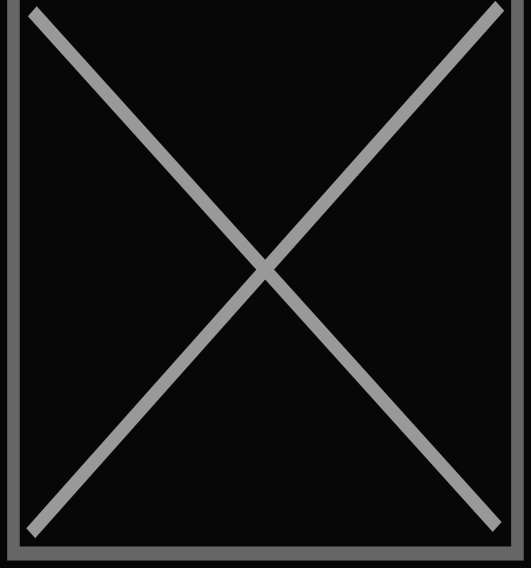
Vending: il bello deve ancora arrivare

img733-9f28c72e

I distributori automatici di food & beverage, ovvero l’insospettabile passione degli italiani. A rivelare “l’amore” tra la popolazione italica e il vending è un’indagine promossa da Confida, Associazione Italiana Distribuzione Automatica, che svela come ben il 52% degli italiani abbia utilizzato questo canale nell’ultimo anno. Un dato peraltro in costante crescita: nel 2012 il valore si fermava infatti al 44,2%. Il vending piace soprattutto ai consumatori di età compresa tra i 25 e i 54 anni, conquistati dagli innumerevoli plus delle macchinette automatiche. Tra questi, rileva sempre la ricerca condotta da Confida, spicca la comodità, indicata dal 35% del campione: i distributori sono infatti disponibili nel momento in cui se ne avverte l’esigenza. Seguono poi la velocità di servizio (23%) e, a pari merito con il 16%, la mancanza di alternative, la capacità di suscitare convivialità e, infine, il prezzo, considerato più economico di quello praticato al bar. Tutti vantaggi che portano un altissimo grado di soddisfazione del cliente, item sottoscritto quasi plebiscitariamente dal 77% degli intervistati. I numeri, insomma, sono dalla parte di un settore che grazie a 3.000 imprese dà lavoro a circa 33.000 persone. E che attraverso 800 mila vending machine sparse sul territorio nazionale, eroga 10,5 miliardi di consumazioni l’anno a 30 milioni di consumatori, generando un giro d’affari complessivo pari a 3,4 miliardi di euro, di cui 1,8 miliardi prodotti dal mercato automatico e 1,6 da quello porzionato (macchine a cialde e capsule). “Va detto che questi dati sono aggiornati al 2015 – spiega Piero Angelo Lazzari, presidente di Confida –, ma dalle prime anticipazioni sulle rilevazioni dei dati dello scorso anno, il dato congiunturale indica che lo scenario è rimasto sostanzialmente in linea anche durante il 2016”.

[caption id="attachment_124301" align="alignright" width="268"]



Piero Angelo Lazzari[/caption]

TECNOLOGIA: PRIMATI E PROSPETTIVE

A dispetto della crisi, insomma, il vending italiano gode di buona salute, tanto che il nostro Paese rappresenta uno dei mercati più importanti per il settore a livello europeo: secondo dati dell'EVA (European Vending Association) si posiziona, infatti, al quarto posto nel Vecchio Continente per livello di fatturato e al primo per numero di macchine installate. In questo ultimo comparto, i nostri produttori sono del resto leader a livello mondiale. La riprova? "Il 70% della produzione nazionale – rivela Lazzari – viene commercializzato all'estero". Un primato importante, dunque, che potrà essere rafforzato in prospettiva dalla diffusione delle Smart Vending Machine. "Si tratta – spiega Lazzari – di distributori automatici di nuova generazione, frutto di una tecnologia Made in Italy in costante sviluppo, che integrano schermi touch, sistemi di telemetria, pagamento tramite mobile, controllo da remoto della macchina e dell'assortimento dei prodotti. Senza contare la possibilità di raccogliere i dati – o meglio i Big Data – provenienti dai singoli distributori, una funzione che consente di attivare una comunicazione interattiva con il cliente e rilevare l'analisi delle sue preferenze". Tutt'altro che fantascienza. Le Smart Vending Machine infatti sono già una realtà: raggiungono ormai le 80.000 unità e rappresentano quindi il 10% del complessivo parco machine Ma non solo. Sono considerate dall'Osservatorio IoT del Politecnico di Milano, uno tra i migliori esempi di Internet of Things, vale a dire uno dei migliori esempi di oggetti "intelligenti" che attraverso internet comunicano con le persone. Come dire, insomma, che il bello per il vending sembra ancora dover arrivare.

SOSTENIBILITÀ: LA FILOSOFIA GREEN CONVINCE 7 IMPRESE DEL VENDING SU 10

La sostenibilità conquista il vending. Oltre sette associati a Confida su 10 confermano di riservare una particolare attenzione verso l'approccio green. Molti gli ambiti in cui quest'ultimo trova applicazione.

“Nel nostro settore – spiega Piero Angelo Lazzari, presidente di Confida – la sostenibilità è un tema molto ampio che tocca varie fasi dell’attività, spaziando dai nuovi distributori automatici sempre meno energivori, alla gestione efficiente dell’energia e dei magazzini all’interno delle aziende, alla sostenibilità nei trasporti, fino alla scelta dei prodotti alimentari e alla gestione dei rifiuti nell’ottica di un’economia sempre più circolare”.

INTERNET OF THINGS: CHE COSA CAMBIA?

Telemetria Permette attraverso la rete (GPRS, Wi-Fi, etc.) di gestire da remoto eventuali guasti, presenza di prodotti bloccati, esaurimento di prodotti.

Touch screen Consentono interazioni con il cliente con la possibilità di: comunicare in modo dettagliato informazioni sul prodotto; personalizzare l’offerta; creare promozioni combinando i prodotti (cibo+bevanda a prezzo scontato); veicolare messaggi di servizio o pubblicitari; gestire l’acquisto multiplo creando un paniere di referenze acquistabile con un’unica transazione.

Pagamento elettronico/mobile L’utilizzo di app di pagamento consente la profilazione e il riconoscimento del cliente e offre la possibilità al gestore di creare promozioni ad hoc sui prodotti consumati abitualmente. Si possono inoltre studiare programmi di fedeltà che permettono alle aziende del largo consumo di ottenere un feedback dai consumatori sui propri prodotti venduti tramite distribuzione automatica e promuoverne di nuovi.

CONFIDA: IL PROFILO DELL’ASSOCIAZIONE

Dal 1979, l’Associazione Italiana Distribuzione Automatica rappresenta tutti i comparti merceologici del vending. Aderisce a Confcommercio e, a livello europeo, è socio fondatore di EVA (European Vending Association). È promotrice di Venditalia, l’esposizione internazionale della distribuzione automatica, organizzata da Venditalia Servizi (società di servizi di Confida) che si tiene a Milano presso Fieramilanocity a cadenza biennale (prossima edizione 2018).

Vending, il futuro è nei giovani