Vending, consumazioni in calo del 5% nel 2014

vending-33987edc

La crisi non ha risparmiato il vending. La distribuzione automatica italiana, un settore che fino ad oggi ha retto in termini di fatturato l'onda d'urto della crisi economica, per la prima volta nel 2014 evidenzia un calo significativo in termini di consumazioni (-5,81%).

I fattori che hanno guidato questo trend - afferma Confida, Associazione Italiana Distribuzione logo confidaAutomatica, sono riconducibili alla recessione con conseguente chiusura di fabbriche e uffici, e successivo ritiro dei distributori automatici. Particolarmente significativa è la contrazione dei consumi di bevande fredde, riconducibile anche alla anomala stagione estiva del 2014, con temperature più basse della media. E ancora, anche l'acqua, dopo anni di crescita, ha subito un calo nelle erogazioni del 5,31%, come pure una crescente attenzione salutista ha guidato la decrescita delle altre categorie (gasate, the, succhi).

Il calo è stato in ogni modo trasversale a tutte le categorie di prodotti, con picchi negativi non solo per le bevande fredde, ma anche per gli snack, scesi dell'8,01% rispetto all'anno precedente.

In un quadro piuttosto critico, il fatturato mostra comunque una sostanziale tenuta (-1,19%) per effetto dell'aumento delle aliquote Iva dei beni venduti nella distribuzione automatica che ha in parte condizionato l'acquisto del consumatore finale.

I consumi
Le bevande calde, prima tra tutte il caffè espresso, rappresentano ancora il 48% del totale delle consumazioni vending; le consumazioni sono però scese del 4,25% rispetto al 2013 (in particolare si evidenzia un calo del caffè solubile in doppia cifra). Rimangono invece equilibrate le vendite degli snack (13%) e di bevande fredde (15%) rispetto al totale dei consumi. Al contrario, ha sofferto rispetto agli anni precedenti il porzionato vending (cialde e capsule), un segmento finora dominato dall'industria dove si deve rilevare negli ultimi mesi 2014 la crescita di alcune piccole torrefazioni.

Il caffè resta del resto un'abitudine di consumo irrinunciabile per gli italiani, tanto che le torrefazioni stanno aumentando la produzione e la commercializzazione di capsule e sempre più negozi al

dettaglio stanno richiedendo soluzioni automatiche per offrire caffè ai clienti.