A tutto **vending**

Confida presenta i dati 2018 sul settore, che sfiora i 4 miliardi di euro di fatturato, in crescita del 4,7% rispetto al 2017

di MLA

L'Italia è il Paese europeo col maggior numero di distributori automatici installati: ce n'è uno ogni 73 abitanti contro la media Ue di 1 ogni 180. Il parco macchine è cresciuto di oltre 12mila unità nel 2018, con un incremento dell'1,4%. Secondo l'ultimo studio di settore di **Confida**, l'associazione italiana della distribuzione automatica, realizzato in collaborazione con **Accenture**, alla fine dello scorso anno erano 822.175 i distributori automatici presenti in uffici e luoghi pubblici. Un primato a livello europeo: basti dire che nel secondo mercato più esteso, quello francese, le vending machine attive sono circa 600mila e in Germania poco più di 550mila.

Sua maestà il caffè

Sono le aziende private, col 51% del totale (34% attive nell'industria e 17% nel commercio) a rappresentare il luogo privilegiato di collocazione delle macchinette, seguono gli uffici pubblici col 20% e quindi scuola e università con l'11%. La sanità (pubblica e privata) rappresenta il 9% mentre solo il 3% è collocato nei luoghi di transito come le stazioni ferroviarie e le metropolitane.

MASSIMO TRAPLETTI, presidente Confida

Secondo **Massimo Trapletti**, presidente di Confida, l'industria del vending è sempre più un esempio di made in Italy che funziona: il 70% della produzione viene esportato e nel settore lavorano anche 3.000 aziende di gestione che offrono servizi di qualità certificati.

Le "Top 100-2017" del vending in Italia hanno registrato ricavi da somministrazione pari a 1.452.172.930 di euro, con un aumento del 6% rispetto alle "Top 100 – 2016", quando il totale era stato di 1.369.496.108 euro. L'aumento è risultato pari a 6,7%. Nel 2018 il giro d'affari del settore ha raggiunto i 3,94 miliardi di euro, con oltre 12 miliardi di consumazioni complessive, tra cibi, bevande e caffè porzionato (capsule e cialde), in crescita del 4,7% rispetto al 2017.

Sotto il profilo degli acquisti, nell'ultimo anno il fatturato legato ai soli distributori automatici è cresciuto del 3%, lievitando a 1,92 miliardi di euro, le consumazioni sono aumentate dello 0,8%, per un totale che si aggira attorno ai 5 miliardi (Fig. 1 a pag. 44).

Dati questi numeri, in media nel 2018 ogni italiano ha fatto 83 acquisti alle vending machine, che salgono a 97 se consideriamo la popolazione fra 14 e 90 anni. Si tratta di quasi 2 acquisti a settimana. Nel caldo, che assomma 3,2 miliardi di consumazioni (Fig. 2 a pag. 45), il caffè mantiene lo scettro del prodotto più gettonato, con l'86% dei volumi del segmento, che corrispondono a 2,8 miliardi di bicchierini (+1,68%). È come se tutti gli italiani maggiorenni consumassero in media più di un caffè alla settimana davanti al distributore. Il caffè in grani è il più diffuso, con una quota dell'84% e il consumo è progredito ancora nell'ultimo anno dell'1,2%.

Insomma: il caffè del distributore automatico piace sempre di più, a testimonianza dell'elevazione della qualità del prodotto erogato, ottenuto con miscele sempre più pregiate.

Su 991 milioni bevande fredde vendute ai distributori auto-

Fig. 1

		Valore 2018	vs. 2017 %
	Fatturato	1.921.759.824 €	+3,02%
	Consumazioni	5.067.612.560	+0,88%
	Parco Macchine	822.175	+1,42%

matici, lo 0,3% in più rispetto al 2017, l'acqua minerale naturale rappresenta il 77% del segmento, registrando una crescita contenuta (+0,43). L'acqua liscia sfiora un incremento dell'1%, arrivando a quasi 532 milioni di bottigliette vendute, mentre la gasata si contrae di mezzo punto (-0,6%) a 235 milioni di bottiglie. Da sottolineare l'exploit del the freddo (più 4% con 60,3 milioni di consumazioni), degli sport drink (+7% con 9,6 milioni di confezioni) e degli energy drink (+4,5% con 1,8 milioni di consumazioni).

Qui Europa

EVA – European Vending & Coffee Service Association ha elaborato il rapporto su numeri e dati del mercato europeo della distribuzione automatica.
Dal settimo report, che ha considerato sia il parco macchine free standing che le macchine per caffè OCS, emerge una crescita sostenuta dei ricavi in 19 dei 22 Paesi presi ad esame.
Il trend positivo appare rafforzato con una crescita del fatturato annuo totale del 3,9%, arrivato a 16 miliardi di euro, mentre il parco macchine è cresciuto del 1,5%, per un totale di 4,12 milioni di distributori automatici installati.
Ecco i dati salienti:
- in Europa i distributori automatici vendono 95,5 milioni di prodotti al giorno;
- le bevande calde rappresentano il 79% del venduto;
- in media è installata una macchina ogni 180 europei, con oscillazioni che variano nettamente in alcuni stati (ad esempio 60 persone per macchina nei Paesi Bassi/1,865 in Turchia);
- oltre l'80% delle macchine è collocato nei luoghi di lavoro;
- Polonia e Repubblica Ceca sono i Paesi a maggiore crescita (8,4% Polonia; 6,3% Rep. Ceca);
- gli investimenti in bevande premium hanno permesso agli operatori di aumentare il prezzo medio di vendita;
- si riscontra un forte consolidamento dei gestori di molti Paesi a causa del fenomeno delle acquisizioni;
- i micromarket stanno cominciando a svilupparsi, soprattutto in Paesi come la Svezia e la Russia.

Saliscendi

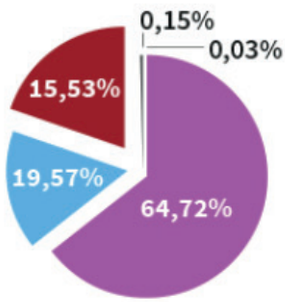
Cala la vendita delle bibite analcoliche: meno 1,47% nel complesso. Nel dettaglio, le bevande al gusto cola, il 66% in termini di volumi, sono le sole a crescere dello 0,9%, con 63,5 milioni di consumazioni. Calo del 6,5% invece per le bevande al gusto arancia, che rappresentano il 22% del comparto, e per le altre bevande gasate, meno 4,3%. In entrambe le categorie sono in contrazione le lattine (-5,2%) e in crescita altri formati (Pet 0,5 e Pet 0,33), su dell'8,8%. Tra le bevande, è il chinotto ha contrarsi di più: -7,14%. Gli italiani che si servono presso le macchinette automatiche prediligono gli snack dolci: sono state 323,3 milioni le confezioni vendute nel 2018 contro 265,4 milioni di consumazioni salate. Insieme, rappresentano il 75% del segmento, stabile.
Avanza invece il cioccolato: +1,8% e 144,6 milioni di pezzi venduti, più in barrette (103,5 milioni) che in tavolette. Tra gli snack dolci si evidenzia una diminuzione per i biscotti (-2,9%) e un aumento per i prodotti da forno (+1,6%).
Fra i salati, invece, meno patatine, arachidi e simili venduti (-1,2%) a fronte di snack a base di pane e derivati, che vedono maggio-

ri acquisti (+1,2%). Anche il formaggio conquista posizioni: +3,4% e 1,45 milioni di confezioni acquistate. Ma la nuova frontiere del vending è la pausa pranzo: attraverso i distributori automatici non si acquistano più solo snack e bevande per un break veloce. Lo testimonia il buon andamento dei pasti pronti, con acquisti in crescita del 3,35%.
I clienti del vending in questo ambito prediligono le pizze (70% dei volumi), seguite da insalate (18%) e pasti da scaldare (12%). Del 4,5% è aumentata anche la vendita dei panini: siamo ormai a quasi 35 milioni di pezzi consumati.

A tutta salute

Sullo sfondo, sono i prodotti bio, con meno zuccheri, a Km Zero e freschi ove possibile a rappresentare le scelte del futuro, per soddisfare le quali le aziende del settore si stanno adeguando.
Esempi a riguardo arrivano dall'incremento dell'8,2% della selezione di nettari e succhi al 100% frutta, anche se rappresentano ancora una nicchia, col 4% del totale, pari a circa 2,5 milioni di contenitori venduti.
Si contrae peraltro la quota di succhi (-3,3%), in particolare arancia (-9%) e pesca (-4%), così come le "bibite alla frutta" (-9,8%).

Al contrario, vanno meglio le bevande bio, che valgono l'1,5% a volumi del totale bevande fredde (esclusa l'acqua): +75% le consumazioni di succhi e +22% quelle di the freddo acquistate alle macchinette nel 2018. Risultato: le bibite a basso contenuto di zuccheri assommano ormai il 4,4% del totale del segmento bevande fredde e sono soprattutto quelle alla frutta ad accelerare le vendite: +72% rispetto al 2017. Dulcisi in fundo, hanno raggiunto l'1% le bevande vegane.
E ancora: le confezioni di frutta vendute lo scorso anno hanno sfiorato la cifra di 3,7 milioni, con una progressione anno su anno dell'8,8%. Frutta secca parimenti sugli scudi col +12,8%. In calo invece del 5,8% gli yogurt, benché se ne vendano sempre molti: oltre 5 milioni.
A loro volta, gli snack biologici, specie quelli salati, proseguono la loro ascesa mettendo a segno un balzo del 25% rispetto al 2017, benché siano solo lo 0,5% di tutti quelli venduti.
Quelli gluten free, infine, aumentano del 15% a volumi, sotto la spinta dei biscotti che hanno fatto boom: +24% a volumi nel 2018.

Fig. 2

		Δ vs. 2017 %
Consumi	5.067.612.560	+0,88%
Caldo	3.279.486.778	+1,14%
Freddo	991.881.112	+0,30%
Snack	787.067.393	+0,64%
Gelati	7.582.799	-6,09%
Pasti pronti	1.594.479	+3,35%