

Frutta, biologico, chilometro zero: la svolta dei distributori automatici

Segnali di ripresa per il comparto della distribuzione automatica. In crescita sia il mercato tradizionale (+3,4%) che quello del caffè porzionato in case e uffici (+1,9%)

Il fatturato delle Top10 Gestioni è pari al 21%del valore complessivo del mercato 2015

Svolta "salutistica" per le vending machine: i gestori della distribuzione automatica stanno ampliando l'offerta alimentare per tenere conto delle differenti esigenze nutrizionali, alimentari e di gusto dei consumatori. Secondo una ricerca svolta da **Confida** - Associazione italiana distribuzione automatica - sui propri associati, che rappresentano il 70% dell'intero mercato, l'**82,6%** dei gestori sta introducendo **prodotti per intolleranti** (senza glutine, senza lattosio, eccetera), il **74,4%** prodotti provenienti da **agricoltura biologica**, il **70,9%** prodotti freschi come yogurt e **frutta**, il **47,7%** prodotti del territorio o a "**chilometro zero**" e il **62,8%** prodotti **equo solidali**.

La distribuzione automatica di cibi e bevande è un settore composto in Italia da circa 3.000 imprese che occupano 33mila lavoratori. Un mercato da **3,4 miliardi di euro** con circa **10,5 miliardi di consumazioni** erogate l'anno e oltre **800mila macchine** da vending installate in uffici privati, enti pubblici, scuole, ospedali, stazioni e aeroporti. Non sorprende quindi che sempre più aziende del **settore ortofrutticolo** puntino con decisione sul canale: tra queste **Gf Group** che tra gli obiettivi da perseguire dopo lo sbarco in Borsa con il nome di Orsero Spa elencati martedì scorso a Milano cita proprio lo sviluppo del vending per le **banane**, e poi - tra le altre - **Noberasco, New Factor, Melinda, Kiku**. Ampie le potenzialità anche per la IV gamma.

Dai dati dell'indagine di Confida emerge anche come il 55,8% delle imprese abbia adottato interventi per la **riqualificazione energetica** e il 64% utilizzi soluzioni Led che comportano un risparmio energetico oltre a un minore impatto ambientale; il 29,1% produce energia "pulita" tramite pannelli solari, impianti di minieolico o altri strumenti.

I distributori automatici di ultima generazione creano nuovi scenari sul fronte della shelf life: collegati **adinternet** con sistemi di telemetria (le cosiddette "smart vending machine"), adottati ad oggi dal 19,8% degli operatori, consentono di segnalare in tempo reale la necessità di rifornimento e gli eventuali guasti consentendo anche di intervenire in remoto sulle macchine.

L'attenzione alla gestione dei rifiuti e al **riciclo** crea un'economia circolare nel settore e si realizza tramite l'utilizzo di confezioni e bicchieri in materiale compostabile-biodegradabile o in materiale a basso impatto di Co2 adottati dal 47,7% dei gestori e la promozione della raccolta differenziata direttamente tra i clienti (adottata dal 69,8% delle società di vending).

Il settore della distribuzione automatica, tramite Confida, ha anche dato vita ad un progetto ribattezzato "**Vending sostenibile**" (www.vendingsostenibile.com) per diffondere le buone prassi in materia di sostenibilità ambientale.

In occasione degli "Stati generali" del settore organizzati da Confida a Roma nei giorni scorsi è stato però lanciato anche un grido d'allarme: l'obbligo della memorizzazione elettronica e **trasmissione telematica** dei corrispettivi che scatterà il primo aprile prossimo pesa molto sulle aziende, cui è già costato 45 milioni di euro.

