

STIME DI CONFIDA

Distributori automatici: -10% per il lavoro agile

Il giro d'affari legato ai distributori automatici di caffè, bevande e alimenti continua il percorso di riavvicinamento ai livelli pre Covid, con i mesi di marzo e maggio che hanno registrato vendite simili a quelle del 2019. Nel 2020 il crollo era stato di oltre 30%, recuperato solo in parte con il +12% dell'anno scorso (per un fatturato pari a 1,4 miliardi). Ma la risalita nel 2022 non sarà comunque ancora totale, con uno scostamento negativo sul 2019 compreso in una forchetta tra il 12 e il 15%. Ovviamente se non torneranno a inasprirsi le misure di contenimento della pandemia, dato che il settore è legato a doppio filo alle presenze sui posti di lavoro e altri luoghi pubblici come ad esempio le stazioni.

La stima arriva da Massimo Trapletti, presidente Confida, l'Associazione italiana distribuzione automatica: «Ci stiamo avvicinando a quel -10% che stimiamo sia una quota di perdita non recuperabile se si prende in considerazione il solo mercato di riferimento pre Covid - spiega - perché ormai lo smart working è diventato strutturale e quindi negli uffici ci sono meno presenze. Ovviamente non ci accontentiamo, il percorso per aumentare e differenziare l'offerta è ben avviato, ma ci vuole tempo perché si possa consolidare. È necessario puntare su innovazione, transizione digitale e sostenibilità». Così le aziende stanno mettendo in campo proposte sempre più sofisticate, con strumenti e servizi avanzati. Per recuperare ricavi è infatti necessario aumentare i consumi pro capite di prodotti a valore aggiunto, magari in quelle realtà dove sono state chiuse le mense aziendali. «Ormai alcuni operatori - racconta Trapletti - propongono 350 ricette e locker refrigerati che funzionano con app dove si può anche prenotare il pasto. Inoltre sono stati messi a punto efficienti sistemi di sanificazione». Un'altra strada è cercare nuovi sbocchi: «Stanno crescendo molto i negozi automatici, se ne contano già oltre 1.500», dice Trapletti. Se il caffè rimane il re delle "machinette" con il 65% del mercato, a trainare la ripresa lo scorso anno sono state bevande fredde, snack e gelati, che sono cresciuti del 13,5% e che stanno andando molto bene anche questa estate grazie all'ondata di caldo. Se il consumo di acqua pesa per il 77% sulla categoria, la crescita più elevata è stata per gli energy drink e gli sport drink (rispettivamente +31,3% e +19,6%) grazie alla graduale riapertura di centri sportivi e palestre. Bene anche le bevande alla frutta (16%), il the freddo (17%) e le bevande gasate (12%).

La distribuzione automatica italiana, con più di 30mila addetti, 3mila imprese e oltre 820 mila macchine installate, rappresenta la più importante catena distributiva automatica alimentare d'Europa ed è anche leader nella produzione del parco macchine (il 70% destinato all'export).

— **Emiliano Sgambato**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

