

Food 24



Italia leader Ue Per i distributori automatici inizia l'era delle app

Luisanna Benfatto – a pag. 18



Big data e app, la nuova vita dei distributori automatici

Oltre lo smart working. Con gli uffici chiusi vendite a -30%, ma l'Italia resta leader europeo con 3mila aziende e 820mila macchine installate

Luisanna Benfatto

Se il consumatore ignora il distributore automatico una notifica sul telefonino gli ricorderà che nelle vicinanze c'è una postazione, pronta all'uso, con una gamma di prodotti ampia e conveniente. È questo il fenomeno a cui assisteremo nei prossimi anni: un cambiamento radicale delle abitudini di consumo e una maggiore interazione con delle macchine considerate, a torto, primitive.

«La nostra cabina di regia, la sala dove si controllano i distributori da remoto, per monitor e tecnologia assomiglia al centro controllo della Nasa», afferma Massimo Trapletti, presidente di Confida (associazione italiana distribuzione automatica) e di Bianchi Industry, azienda di Zingonia (Bergamo) che ha chiuso il 2020 con un fatturato di 55 milioni di euro.

Il settore delle vending, che vede l'Italia leader a livello europeo con 3mila imprese, 30mila lavoratori e 820mila macchine installate, ha però risentito degli effetti dei lockdown (-30% nel fatturato rispetto al 2019). A dimostrarlo due dati forniti dall'Eva (European vending association): l'80% dei distributori si trova nei luoghi di lavoro e la limitata presenza di persone in scuole, aeroporti e stazioni ha portato a una contrazione delle vendite fino al 60 per cento. Solo il 14% degli operatori prevede di avere lo stesso giro d'affari dell'anno precedente. Il servizio di erogazione però non si è mai fermato, come gli investimenti. Sono nate soluzioni per ras-

sicurare il consumatore sull'igiene e agevolare il lavoro di manutenzione facendo ricorso a telegestione e lot.

Il gruppo Evoca di Bergamo, leader nella produzione di macchine professionali per il caffè, che esporta in 140 Paesi con un fatturato di 463 milioni, vede nella ripresa delle fiere e nella R&D le chiavi per superare un anno pesante. «Negli ultimi mesi - racconta Michele Zeroli, Vp strategic marketing - ci siamo attivati per implementare i nostri servizi con pagamenti touchless via app e bluetooth, rimodulando l'offerta con prodotti personalizzabili, premium e console evolute. Un caffè si può bere in decine di modalità diverse e in cinque tipologie di bicchieri. Il tè? Viene erogato da infusione di foglie e non con miscelati già pronti». La prossima frontiera è legata a nuove forme di welfare aziendale: locker refrigerati per la spesa e macchine con piatti pronti».

L'industria 4.0 è già qui. Come conferma Luca Passarella di Bianchi Industry: «Il nostro motto è "design your break" e questo vuol dire macchine sempre connesse, piattaforme lot che prevedono le anomalie, software per il gaming e altre funzioni che intrattengono il cliente e aumentano il consumo medio. La monetizzazione di tipo analogico è alle spalle. Dobbiamo pensare a sfruttare i Big data utili, ad esempio, per le aziende che vogliono testare un prodotto prima del lancio».

Il mercato della ristorazione fuori casa vale 85 miliardi di euro quello che passa attraverso la distribuzione automatica è di solo 3,5 miliardi: c'è un potenziale da sfruttare. Ne è con-

vinto Luca Adriani, amministratore delegato di Fas, azienda di Schio (Vicenza) con un fatturato di 42 milioni di euro, che con il progetto Food24 System propone soluzioni intelligenti per le Pmi del food: «In Europa ci sono molti negozi di prossimità che possono integrare la vendita tradizionale con macchine automatiche, refrigerate, accessibili h24». Le vending sono pronte, aggiunge Adriani, a conquistare altri spazi anche negli uffici con proposte che comprendono menù digitale, distributori di pasti freschi, a prova di contaminazione. È il concept di "Canteen", la mensa automatizzata, modulabile che consente di ordinare il pasto monoporzione e prelevarlo, all'ora prescelta. L'innovazione non può però dimenticare la sostenibilità. E anche in questa direzione si muovono gli operatori con compatattori e contenitori per il riutilizzo della plastica, e la carta per gli imballaggi che resiste a 180 gradi. La via della ripartenza è questa e guarda a Est. Se l'Europa del Sud arranca, gli ordinativi arrivano da Ucraina, Russia, Georgia, Polonia e da Cina ed Emirati dove hanno ripreso le fiere. Si stanno risvegliando anche Stati Uniti e Inghilterra, dove la libertà post Covid si misura con un cappuccino, stile Starbucks, preso in un distributore Made in Italy. E guardando a un futuro di Big data dove la "vecchia" macchina con chiavetta (inventata da Antonio Adriani) diventa una piattaforma multiservizio e di marketing digitale, ben oltre il consumo veloce.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ENOTECHE APERTE H24

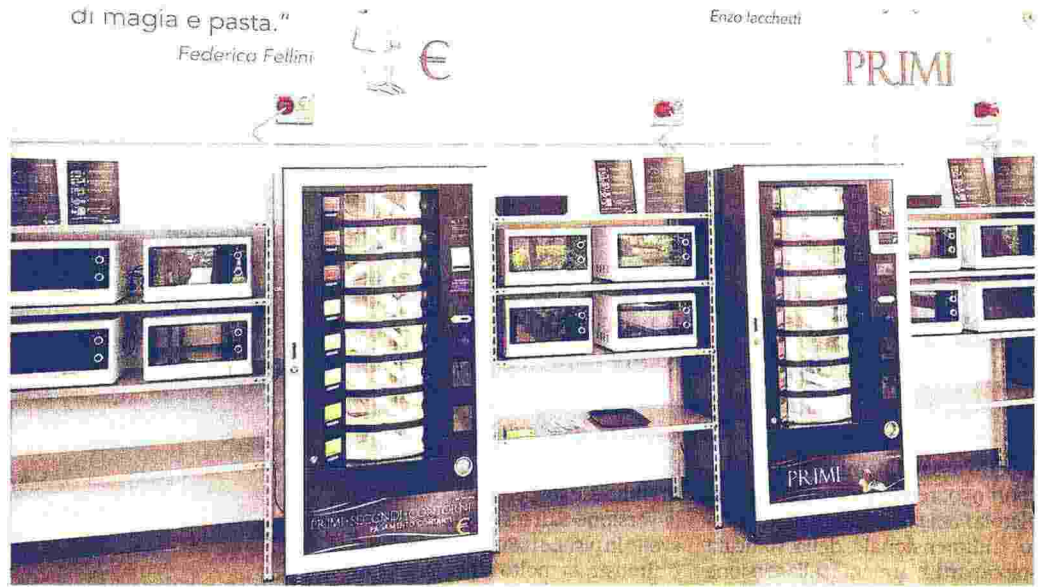
Per un brindisi notturno

Tra le ultime novità per il settore beverage c'è la proposta di Magex. Pmi vicentina attiva dal 1998, acquistata dal gruppo cinese Zhongya Machinery nel 2008, conta tra i suoi brevetti un sistema di erogazione che si adatta a molte tipologie di prodotti. L'ultimo distributore automatico per bar, ristoranti, enoteche vende bottiglie di vino, di diversi formati, magnum incluse. Alcuni modelli sono stati installati negli aeroporti di Brindisi e Bari, altri vicino a enoteche fisiche. La console permette l'identificazione obbligatoria della maggiore età e una varietà di pagamento, compresa la possibilità di acquistare da una piattaforma e-commerce e ritirare la bottiglia scelta alla vending machine.

di magia e pasta."

Federica Fellini

Enzo Iacchetti



Innovazioni.

In alto, un modello di mensa automatizzata dell'azienda Fas. A sinistra, il distributore refrigerato di bottiglie di vino di Magex. A destra, un distributore di dispositivi di protezione individuale. Sotto, l'app di pagamento Breazy per ordinare e pagare bevande calde personalizzate dallo smartphone ideato da Evoca, leader mondiale nella produzione di macchine professionali per il caffè

