



L'IMPORTANZA DELLA **MACCHINABILITÀ** DEI PRODOTTI NEL VENDING

Il vending non è mai stato un settore particolarmente semplice, ha le sue peculiarità e le sue problematiche, si affida a macchinari sempre più complessi e gestisce un insieme di tecnologie innovative ed evolute.

Tutta questa oggettiva complessità non deve però far dimenticare che c'è una regola di base che è di una semplicità assoluta: qualsiasi prodotto nel nostro settore viene erogato da una macchina e quindi deve adattarsi alle sue caratteristiche.

Questa banale considerazione non sembra però essere stata completamente recepita dai fornitori, che sono sempre molto attenti a proporre una grande profondità di gamma, senza soffermarsi su un particolare fondamentale: se il formato che presentano al gestore di turno sia idoneo o no alla distribuzione automatica.

Così assistiamo al "museo degli errori", con bellissime bottiglie più alte del cassetto, con snack da pochi centesimi che devono andare in doppia spirale o con packaging morbidi che si deformano al primo acquisto.

È inutile per noi sapere che un prodotto "va fortissimo" in GDO o è tra i più acquistati nei bar, se poi il formato non è compatibile con le nostre macchine.

Sappiamo benissimo che, se siamo disposti a comprare 100.000 pezzi di quel prodotto, ci faranno il formato dedicato, ma questa non è una concessione al vending, è un'evidente opportunità che qualunque fornitore coglierebbe al volo.

Quindi la richiesta del settore è chiara e lampante: venite a proporci qualunque prodotto, ma che sia innanzitutto macchinabile, altrimenti lasciamo perdere fin da subito e risparmiamo tempo tutti quanti.

Questo approccio, in presenza di così tanti potenziali fornitori è diventato talmente necessario che, ad esempio, in Eurogroup (un consorzio che raggruppa oltre 30 gestori), quando arriva un responsabile commerciale che vuol vendere un prodotto, viene condotto davanti ad un cassetto della più comune macchina a spirale in commercio.

Se il prodotto è compatibile, si continua la discussione, altrimenti si passa direttamente ai saluti.

Si calcola che oggi in Italia siano operative sul territorio circa 400.000 macchine a vetrina e a caduta e che erogino circa 1,8 miliardi di prodotti l'anno: numeri molto interessanti per qualunque fornitore di prodotti.

Non è una richiesta così strana far sapere a chi desidera conquistare una fetta di questo mercato, che se vuole entrare nel vending deve fare una riflessione sui formati dei suoi prodotti **prima** e non **dopo** aver visitato i gestori.

Così assistiamo al "museo degli errori", con bellissime bottiglie più alte del cassetto, con snack da pochi centesimi che devono andare in doppia spirale o con packaging morbidi che si deformano al primo acquisto.

