



DOCUMENTO INFORMATIVO COMPLETO

(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

1. Titolo del sondaggio: «Studio sul consumatore di vending machine 2025»

2. Soggetto che ha realizzato il sondaggio: Ipsos S.r.l.

3. Soggetto committente: Confida

4. Soggetto acquirente: Confida

5. Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: 1-30 luglio 2025

6. Mezzo/Mezzi di comunicazione di massa sul/sui quale/quali è pubblicato o diffuso il sondaggio (pubblicato sul quotidiano/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web): [Il vending piace agli italiani ma rallenta per gli effetti di cassa integrazione e smart working - la Repubblica](#)

7. Data di pubblicazione o diffusione: 29/10/2025

8. Temi/Fenomeni oggetto del sondaggio (economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.): Società, Economia

9. Popolazione di riferimento: Popolazione italiana, 18+ anni; Gestori associati a Confida

10. Estensione territoriale del sondaggio: estensione nazionale

11. Metodo di campionamento (inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico, del panel e dell'eventuale campionamento): campione casuale rappresentativo dell'universo di riferimento stratificato per quote di area geografica, età e genere. Al campione in rientro è stata applicata una ponderazione (con metodo RIM weighting) per le variabili di genere, età, area geografica e titolo di studio.

12. Rappresentatività del campione e margine di errore: il livello di rappresentatività del campione e del 95% e il margine di errore relativo ai risultati del sondaggio è compreso fra +/- 0.4% e +/- 2.8% per i valori percentuali relativi al totale degli intervistati (1202 casi).

13. Metodo di raccolta alle informazioni: sondaggio di opinione tramite metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviews)

14. Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate:

Interviste complete	1202	15%
Rifiuti/Sostituzioni	7014	85%
Totale contatti effettuati	8216	100%

Indirizzo del sito dove sarà disponibile la documentazione completa in caso di diffusione: www.agcom.it
In caso di pubblicazione è obbligatorio riportare le informazioni della scheda indicata a pena di gravi sanzioni. Ipsos non si assume alcuna responsabilità in caso di inosservanza

Testo integrale di tutte le domande (Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda)

POPOLAZIONE:

S1. Lei è ...

1. Uomo
2. Donna

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

S2. Registri la sua età nello spazio sottostante.

□□□

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

S2b. In che regione vive?

1	Abruzzo	11	Molise
2	Basilicata	12	Piemonte
3	Calabria	13	Puglia
4	Campania	14	Sardegna
5	Emilia Romagna	15	Sicilia
6	Friuli Venezia Giulia	16	Toscana
7	Lazio	17	Trentino Alto Adige
8	Liguria	18	Umbria
9	Lombardia	19	Valle d'Aosta
10	Marche	20	Veneto

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

S6. Quanti abitanti vivono nel comune presso cui risiede?

1. Fino a 5.000 abitanti
2. 5.000 - 10.000 abitanti
3. 10.000-50.000 abitanti
4. 50.000 – 250.000 abitanti
5. Oltre 250.000

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

S4. Quale è l'ultimo titolo di studio che ha conseguito?

1. Phd/Master post-laurea
2. Laurea vecchio ordinamento/ specialistica
3. Laurea breve/ triennale
4. Diploma di scuola superiore
5. Licenza media

6. Licenza elementare
7. Nessun titolo

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

S5. Qual è la sua condizione occupazionale?

1. Lavora a tempo pieno (almeno 30 ore a settimana)
2. Lavora part-time (meno di 30 ore a settimana)
3. Non lavora

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

T2. In una settimana tipo, quanto spesso le capita di...

RIGHE

1. Fare colazione al bar/andare al bar per un caffè/break
2. Pranzare fuori casa, in un ristorante, trattoria, pizzeria, bar, mensa, nel luogo di lavoro/studio/ordinare il pranzo a casa/ordinare il pranzo a casa online
3. Cenare fuori casa, in un ristorante, trattoria, pizzeria, bar, mensa, nel luogo di lavoro/studio/ordinare la cena a casa /ordinare la cena a casa online
4. Acquistare uno snack/un articolo alimentare al di fuori dei pasti principali fuori di casa, sia da bar/negozi che da distributori automatici
5. Fare un aperitivo/bere e stuzzicare qualcosa prima di cena presso un bar/locale/pub
6. Consumare fuori casa pasti (colazione, pranzo, merenda) preparati da me

COLONNE

1. Tutti i giorni o quasi
2. 4-5 giorni alla settimana
3. 2-3 giorni alla settimana
4. 1 giorno alla settimana
5. Non tutte le settimane, qualche volta in un mese
6. Meno spesso di una volta al mese
7. Mai

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0% per ogni item)

T4. Quando pensa alla **sostenibilità in ambito alimentare**, a cosa pensa nello specifico? Indichi al **massimo tre componenti** che descrivono secondo lei la sostenibilità in ambito alimentare.

1. Riduzione del **consumo energetico** nella produzione
2. **Riduzione di plastica** e materiali inquinanti per gli imballaggi
3. **Riduzione dei prezzi** per permettere a tutti di consumare
4. Attenzione ad **evitare un utilizzo eccessivo di risorse** nella produzione
5. Un **trattamento equo** di tutte le persone coinvolte nella filiera produttiva e distributiva
6. Attenzione alle **regionalità** nella scelta dei prodotti da distribuire
7. Partecipazione attiva delle aziende alla **vita del territorio** in cui operano
8. Attenzione all'impatto dell'alimentazione sulla **salute** del consumatore
9. La diffusione di prodotti da **agricoltura biologica**
10. Riduzione al massimo dei **trasporti** e della logistica
11. Componenti degli **imballaggi interamente riciclabili**
12. Altro (specificare) _____

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

Nel corso del questionario approfondiremo le sue abitudini rispetto al **consumo alimentare fuori casa**, in particolare legate al consumo presso **distributori automatici** presenti in uffici, stazioni, ospedali... A meno che non sia indicato diversamente, le chiediamo di **fare riferimento al consumo di prodotti alimentari** quali caffè e altre bevande calde, acqua e bibite fredde, prodotti alimentari di vario genere.

C1. Nel corso dell'**ultimo anno** ha utilizzato distributori automatici di alimenti e bevande?

1. Sì
2. No

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

C2_1. Nel corso dell'ultimo anno, con quale **frequenza** le è capitato di utilizzare i distributori automatici?

1. Tutti i giorni più volte al giorno
2. Circa una volta al giorno
3. 2-3 volte a settimana
4. 1 volta a settimana
5. Da 2 a 3 volte al mese
6. 1 volta al mese
7. Meno di una volta al mese

(Utilizzatori distributori automatici : 71% - Non sa: 0%)

C5.1. Sempre focalizzandosi sui prodotti alimentari, c'è **qualcosa che le piacerebbe trovare ai distributori automatici** e invece non trova? Indichi di cosa si tratta nello spazio sottostante.

(Utilizzatori distributori automatici : 71% - Non sa: 0%)

C6_1. Quali sono le principali motivazioni per cui le è capitato di consumare presso un distributore automatico? Indichi al massimo le **tre motivazioni principali**.

1. Per prendermi un momento di pausa, di relax
2. Per rispondere a un desiderio di qualcosa di goloso
3. Per rispondere a un bisogno / necessità
4. Il distributore è più comodo del bar/di altri punti vendita, più vicino
5. Il distributore costa meno del bar/di altri punti vendita
6. Il distributore richiede meno tempo del bar/di altri punti vendita, è più veloce
7. Il distributore ha una maggiore varietà di prodotti
8. Il distributore ha prodotti di qualità
9. Il distributore ha un buon rapporto qualità/prezzo
10. Vedendo il distributore mi viene voglia di bere/mangiare qualcosa
11. Quando ho voglia di bere/mangiare qualcosa non ho alternative al distributore
12. Non mi è consentito allontanarmi dal luogo di lavoro
13. Per prendermi un momento solo per me, in solitudine
14. Per avere un momento di convivialità/socialità con amici/colleghi
15. Altro (specificare) _____

(Utilizzatori distributori automatici : 71% - Non sa: 0%)

C7. Pensi ora ai distributori automatici presenti nel luogo presso cui consuma più spesso. In generale, quanto si ritiene soddisfatto dei distributori automatici che utilizza?

1. Molto soddisfatto
2. Abbastanza soddisfatto
3. Poco soddisfatto
4. Per nulla soddisfatto

(Utilizzatori distributori automatici : 71% - Non sa: 0%)

C10. Quando utilizza i distributori automatici, come è solito **pagare** per i suoi acquisti? Indichi tutti i metodi di pagamento che le è capitato di utilizzare.

1. Con monete
2. Con banconote
3. Con carta di debito/di credito classica
4. Con carta di debito/di credito contactless
5. Tramite app di pagamento
6. Con chiavetta ricaricabile
7. Tramite buoni pasto
8. Non pago io, paga direttamente l'azienda
9. Altro (specificare) _____

(Utilizzatori distributori automatici : 71% - Non sa: 0%)

C10_bis. A prescindere dal metodo di pagamento che lei utilizza, qual è quello che ritiene più comodo? Con monete

1. Con banconote
2. Con carta di debito/di credito classica
3. Con carta di debito/di credito contactless
4. Tramite app di pagamento
5. Con chiavetta ricaricabile
6. Tramite buoni pasto
7. Altro (specificare) _____

(Utilizzatori distributori automatici : 71% - Non sa: 0%)

C2_3. Con che frequenza crede che **in futuro** utilizzerà/continuerà ad utilizzare distributori automatici di alimenti e bevande?

1. Molto più spesso
2. Più spesso
3. Come oggi
4. Meno spesso
5. Molto meno spesso

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

Leggerà ora delle domande generali sul settore della distribuzione automatica, per approfondire meglio la sua opinione a prescindere da quello che è l'utilizzo effettivo che ne fa.

O2a. A prescindere dall'utilizzo che ne fa, quali sono state secondo lei **le novità più rilevanti degli ultimi anni** che hanno interessato il settore della **distribuzione automatica**? Indichi al massimo le **cinque novità più rilevanti**.

1. La presenza di prodotti **biologici** in misura molto maggiore rispetto al passato
2. La presenza sempre maggiore di prodotti **pronti**, preparati freschi, pronti al consumo
3. Una maggiore attenzione alle **intolleranze** o alle diete specifiche
4. La presenza di nuovi prodotti, **nuovi sapori**
5. L'utilizzo di **nuovi imballaggi e contenitori**, sempre più ecologici
6. Un orientamento più spiccato verso la **qualità** di ingredienti e lavorazioni

7. Una maggiore presenza di prodotti **salutari**, ipocalorici o con pochi zuccheri
8. Una maggiore attenzione ad offrire prodotti con una diversa gamma di prezzo, **per tutte le tasche**
9. Una maggiore presenza di prodotti **premium**, che richiedono un sovrapprezzo
10. Una maggiore **attenzione agli sprechi**
11. L'attenzione all'**eticità** e alla sostenibilità da parte delle aziende
12. Un ritorno all'attenzione sulle radici **locali** dei prodotti (es. certificazioni DOC, DOP)
13. Nuove **porzioni/formati**, in linea con le esigenze di ogni giorno
14. La presenza di prodotti **free from** (liberi da sostanze considerate nocive o non salutari)
15. La ricerca di prodotti sempre più **naturali**
16. La ricerca di prodotti a **filiera corta** e km zero
17. La presenza di prodotti etnici, di cucina dal mondo
18. Una crescente attenzione all'**artigianalità dei prodotti**
19. Una maggiore attenzione all'**innovazione e tecnologia** nelle macchine
20. Una maggiore attenzione alla **location** e all'aspetto "esteriore" del distributore
21. Una maggiore attenzione al **servizio** ed al rifornimento, ad evitare situazioni di "buchi"
22. La possibilità di **pagare con diverse modalità**, in precedenza non disponibili
23. Un miglioramento **tecnologico** che ha portato alla riduzione di errori nell'erogazione dei prodotti
24. Una maggiore **professionalità** degli addetti e delle aziende che gestiscono i distributori
25. Altro (specificare) _____

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

O1. In generale, a prescindere dall'utilizzo che ne fa, che **opinione** direbbe di avere dei distributori automatici e del settore della distribuzione automatica?

1. Molto positiva
2. Abbastanza positiva
3. Poco positiva
4. Per nulla positiva

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

O2. Sempre in generale, come valuterrebbe i distributori automatici e il settore della distribuzione automatica riguardo ai seguenti aspetti? Indichi il suo grado di accordo per ciascuna delle seguenti affermazioni
Nel rispondere, faccia riferimento ai distributori automatici che si trovano in luoghi quali uffici, uffici pubblici, luoghi di transito... e **non** ai negozi automatici aperti 24h.

RIGHE

1. È un settore estremamente innovativo
2. Ha a cuore il prezzo dei prodotti, è per tutte le tasche
3. Ha a cuore la sostenibilità ambientale
4. Ha a cuore la sostenibilità sociale
5. Distribuisce prodotti di qualità
6. È attento ad offrire un livello di servizio elevato
7. È attento ad offrire un'esperienza di uso molto semplice, immediata
8. Mi fido degli operatori del settore della distribuzione automatica
9. È attento alle esigenze di tutti, mette a disposizione prodotti per esigenze specifiche
10. È attento alla salute delle persone, mette a disposizione prodotti salutari
11. È attento al gusto, mette a disposizione prodotti golosi
12. Le location dei distributori automatici sono ben frequentate
13. Aiutano ad offrire un momento di evasione dalla routine e dalla quotidianità
14. Sono attenti all'utilizzo di prodotti da agricoltura biologica
15. Offrono un'alternativa più comoda e veloce rispetto ad altri punti vendita
16. È un settore al top dal punto di vista tecnologico

COLONNE

1. Molto d'accordo
2. Abbastanza d'accordo
3. Poco d'accordo
4. Per nulla d'accordo

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0% per ogni item)

O16. Pensi in generale ai distributori automatici che le capita di vedere in giro. A prescindere dalle sue abitudini, quali sono gli **aspetti che maggiormente la attraggono**, che la invogliano ad acquistare dei prodotti da distributori automatici? Indichi al massimo i **cinque aspetti più rilevanti**.

1. La pulizia della location dove sono collocati i distributori
2. La sensazione di accoglienza della location dove sono collocati i distributori
3. La pulizia del distributore
4. La varietà dei prodotti presenti, la percezione del rifornimento
5. La qualità dei prodotti presenti
6. La presenza di brand conosciuti
7. Prodotti con prezzi convenienti
8. L'aspetto esteriore del distributore in sé, un'interfaccia accattivante
9. La possibilità di utilizzare un'interfaccia *touch screen*
10. L'innovatività del distributore, livello tecnologia
11. La possibilità di pagare con diversi metodi
12. La presenza di prodotti per diete specifiche (senza glutine, vegan...)
13. La presenza di prodotti per tutte le necessità (snack, pasto vero e proprio, rinfresco...)
14. La presenza di prodotti salutistici
15. La presenza di prodotti nuovi, mai visti
16. Pubblicità e comunicazioni viste in giro
17. La possibilità di conoscere le informazioni nutrizionali dei prodotti acquistati
18. La conoscenza di promozioni sull'acquisto di prodotti
19. La presenza di formati / porzioni di mio interesse
20. La presenza di prodotti / linee / formati dedicati al settore delle vending machine
21. Un'organizzazione chiara dei prodotti (es. per tipologia)
22. La possibilità di verificare la data di scadenza dei prodotti
23. Il passaggio degli addetti che umanizzano, danno un volto al settore
24. Altro (specificare) _____

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

O17. Quali sono gli **aspetti che maggiormente la respingono**, che la fanno desistere dall'acquistare prodotti da distributori automatici? Indichi al massimo i **cinque aspetti più rilevanti**.

1. Una location sporca
2. Una location troppo affollata
3. Il fatto che il distributore non dia resto
4. L'impossibilità nel pagare con banconote
5. L'assenza di sistemi di pagamento quali carte di credito/smartphone
6. La percezione di difficoltà nel pagamento
7. Prezzi troppo elevati
8. L'assenza di rifornimento, presenza di buchi nelle file dei prodotti
9. La mancanza di prodotti per tutte le necessità (snack, pasto vero e proprio, rinfresco...)
10. L'aspetto esteriore del distributore, interfaccia poco accattivante
11. La mancanza di alternative di prodotto (es. un solo tipo di snack dolce, un solo snack salato...)
12. La mancanza di prodotti che mi interessano, di mio gusto
13. La difficoltà nel capire le caratteristiche (valori nutrizionali, ingredienti, scadenza) dei prodotti
14. L'impossibilità di verificare la data di scadenza dei prodotti
15. La mancanza di brand conosciuti
16. La percezione di vecchiaia/logorio del distributore
17. La scarsa qualità dei prodotti presenti
18. La paura della mancata erogazione del prodotto/perdita dei soldi
19. La paura che il prodotto si deteriori nel corso dell'erogazione (es. nella "caduta")

20. Il timore di malfunzionamenti della macchina che possono compromettere la qualità dei prodotti (es. cali di temperatura che “rovinano” il prodotto)
21. Un’organizzazione non chiara dei prodotti, non raggruppati per tipologia (es. le patatine non sono tutte vicine)
22. L’impossibilità di comprendere quale sia l’azienda che gestisce il distributore
23. L’assenza degli addetti, la sensazione di impersonalità
24. Altro (specificare) _____

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

O12. Parliamo adesso di **innovazione**. Se dovesse pensare all’innovazione nel settore della distribuzione automatica, cosa le viene in mente principalmente? Indichi al massimo **le tre affermazioni secondo lei più adatte**.

1. Un’interfaccia sempre più tecnologica, con l’utilizzo di *touchscreen*
2. Nuovi metodi di pagamento, sempre più semplici
3. Nuovi prodotti, estensione della gamma di prodotti alimentari disponibili
4. La presenza di nuovi prodotti in anteprima rispetto agli altri punti vendita
5. Utilizzo di imballaggi e contenitori sempre più sostenibili, rispettosi dell’ambiente
6. Possibilità di interagire con il distributore tramite app/smartphone
7. Possibilità di personalizzare l’esperienza di acquisto
8. La possibilità di acquistare dei menu di prodotti (es. menu colazione con bevanda calda e snack dolce)
9. La riduzione dei guasti e degli inconvenienti
10. La possibilità di ottenere facilmente rimborsi in caso di mancata vendita
11. Presenza di giochi / intrattenimento sullo schermo
12. Suggerimenti sulla scelta dei prodotti (ad esempio cosa consumare in base all’orario, oppure sugli abbinamenti snack / bevanda)
13. Altro (specificare) _____

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

Pensi ora al futuro della distribuzione automatica.

D21. Pensi ai **prossimi cinque anni**: tra le seguenti, quali si aspetta che saranno le nuove tendenze del **settore della distribuzione automatica**? Indichi al massimo le **cinque tendenze** che crede avranno un ruolo da protagonista nei prossimi cinque anni.

1. La crescente presenza di prodotti biologici
2. La presenza sempre maggiore di prodotti pronti, preparati freschi, pronti al consumo
3. Una crescita dell’attenzione alle intolleranze o alle diete specifiche
4. La presenza di nuovi prodotti, nuovi sapori
5. Una crescente attenzione a imballaggi e contenitori, sempre più ecologici
6. Un orientamento più spiccato verso la qualità di ingredienti e lavorazioni
7. Una crescente attenzione a prodotti salutistici e all’impatto dell’alimentazione sulla salute
8. Una maggiore attenzione ad offrire prodotti con una diversa gamma di prezzo, per tutte le tasche
9. La crescente *premiumizzazione* dei prodotti distribuiti, che richiedono un sovrapprezzo
10. Una maggiore attenzione agli sprechi
11. Una crescente attenzione all’artigianalità dei prodotti, sempre più prodotti preparati al momento
12. Una maggiore attenzione innovatività e tecnologia nelle macchine, interfacce sempre più tecnologiche
13. Una maggiore attenzione alla location e all’aspetto “esteriore” del distributore
14. Esperienze di acquisto sempre più personalizzate grazie alla digitalizzazione
15. Utilizzo del distributore da remoto, tramite smartphone o tablet
16. Modalità di pagamento prima non disponibili
17. Distributori sempre più integrati, che coprano una quantità maggiore di esigenze
18. Presenza di informazioni sui prodotti (valori nutrizionali, ingredienti) verificabili prima dell’acquisto
19. Attivazione col tocco (per risparmio energetico)

20. Un'offerta di prodotti freschi (es. frutta e verdura) sempre più ampia
21. Microonde integrato nel distributore per finalizzare la preparazione di alcuni piatti pronti
22. Presenza di premi / riconoscimenti per acquisti reiterati
23. Altro (specificare) _____

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

D.22 Infine, parlando invece di **prodotti non alimentari**, con che frequenza le è capitato di acquistare queste tipologie di prodotti?

RIGHE

1. Prodotti per l'igiene personale (salviette, assorbenti, spazzolino/dentifricio, preservativi, ecc.)
2. Articoli di cancelleria (matite, quaderni, ecc.)
3. Accessori elettronici (cuffie economiche, cavi USB, powerbank, schede di memoria, ecc.)
4. Prodotti per fumatori (accendini, cartine, ecc.)
5. Giocattoli e gadget (peluche, adesivi, portachiavi, ecc.)
6. Prodotti per bambini (pannolini, omogeneizzati, ecc.)
7. Prodotti per la cura dell'auto (deodorante, ecc.)
8. Articoli vari (mascherine, calzini, ombrelli, occhiali da lettura economici)
9. Altro (specificare)

COLONNE

1. Spesso
2. Qualche volta
3. Raramente
4. Mai comprati ma potrei comprarli
5. Mai comprati e non li comprerei

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0% per ogni item)

D.23 Sempre parlando di **articoli e prodotti non alimentari**, c'è qualcosa che le piacerebbe trovare nei distributori automatici e invece non trova? Indichi di cosa si tratta nello spazio sottostante

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

GESTORI:

D6. Quanto direbbe che gli attori della distribuzione automatica siano in grado di intercettare i bisogni dei consumatori finali?

1. Molto capaci
2. Abbastanza capaci
3. Poco capaci
4. Per nulla capaci

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

D7. Quali sono secondo lei i principali punti di distanza tra consumatori finali e attori della distribuzione automatica?

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

D14. Se dovesse pensare all'innovazione nel settore della distribuzione automatica, cosa le viene in mente principalmente? Indichi al massimo **le tre affermazioni secondo lei più adatte.**

1. Un'interfaccia sempre più tecnologica, con l'utilizzo di *touchscreen*
2. Nuovi metodi di pagamento, sempre più semplici
3. Nuovi prodotti, estensione della gamma di prodotti alimentari disponibili
4. La presenza di nuovi prodotti in anteprima rispetto agli altri punti vendita
5. Utilizzo di imballaggi e contenitori sempre più sostenibili, rispettosi dell'ambiente
6. Possibilità di interagire con il distributore tramite app/smartphone
7. Possibilità di personalizzare l'esperienza di acquisto
8. La possibilità di acquistare dei menu di prodotti (es. menu colazione con bevanda calda e snack dolce)
9. La riduzione dei guasti e degli inconvenienti
10. La possibilità di ottenere facilmente rimborsi in caso di mancata vendita
11. Presenza di giochi / intrattenimento sullo schermo
12. Suggerimenti sulla scelta dei prodotti (ad esempio cosa consumare in base all'orario, oppure sugli abbinamenti snack / bevanda)
13. Altro (specificare) _____

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

D18. Quanto ritiene sia sostenibile dal punto di vista economico, ambientale e sociale il settore della distribuzione automatica?

1. Molto sostenibile
2. Abbastanza sostenibile
3. Poco sostenibile
4. Per nulla sostenibile

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

D19. Quali ritiene siano le sfide principali legate alla sostenibilità per il futuro della distribuzione automatica?

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

D21. Tra le seguenti, quali si aspetta che saranno le nuove tendenze del **settore della distribuzione automatica**? Indichi al massimo le **cinque tendenze** che crede avranno un ruolo da protagonista nei prossimi cinque anni.

1. La crescente presenza di prodotti biologici
2. La presenza sempre maggiore di prodotti pronti, preparati freschi, pronti al consumo
3. Una crescita dell'attenzione alle intolleranze o alle diete specifiche
4. La presenza di nuovi prodotti, nuovi sapori
5. Una crescente attenzione a imballaggi e contenitori, sempre più ecologici
6. Un orientamento più spiccato verso la qualità di ingredienti e lavorazioni
7. Una crescente attenzione a prodotti salutistici e all'impatto dell'alimentazione sulla salute

8. Una maggiore attenzione ad offrire prodotti con una diversa gamma di prezzo, per tutte le tasche
9. La crescente *premiumizzazione* dei prodotti distribuiti, che richiedono un sovrapprezzo
10. Una maggiore attenzione agli sprechi
11. Una crescente attenzione all'artigianalità dei prodotti, sempre più prodotti preparati al momento
12. Una maggiore attenzione innovatività e tecnologia nelle macchine, interfacce sempre più tecnologiche
13. Una maggiore attenzione alla location e all'aspetto "esteriore" del distributore
14. Esperienze di acquisto sempre più personalizzate grazie alla digitalizzazione
15. Utilizzo del distributore da remoto, tramite smartphone o tablet
16. Modalità di pagamento prima non disponibili
17. Distributori sempre più integrati, che coprano una quantità maggiore di esigenze
18. Presenza di informazioni sui prodotti (valori nutrizionali, ingredienti) verificabili prima dell'acquisto
19. Attivazione col tocco (per risparmio energetico)
20. Un'offerta di prodotti freschi (es. frutta e verdura) sempre più ampia
21. Microonde integrato nel distributore per finalizzare la preparazione di alcuni piatti pronti
22. Presenza di premi / riconoscimenti per acquisti reiterati
23. Altro (specificare) _____

(Totale rispondenti : 100% - Non sa: 0%)

Verifica della coerenza delle risposte: controllo preventivo effettuato tramite sistema CAWI, secondo gli standard di qualità ASSIRM.

ALLEGATO A - Elenco regioni:

Piemonte
Valle d'Aosta
Lombardia
Trentino Alto Adige
Veneto
Friuli Venezia Giulia
Liguria
Emilia Romagna
Toscana
Umbria
Marche
Lazio
Abruzzo
Molise
Campania
Puglia
Basilicata
Calabria
Sicilia
Sardegna