

Sped. in abb. post. - 45% - Art. 2 - C. 208 - L. 662/96 - Filiale di Torino - Mensile - n° 7

vending magazine

357

DAL 1977 LA RIVISTA ITALIANA DELLA DISTRIBUZIONE AUTOMATICA

 **Saeco**



AULIKA EVO

LA PASSIONE
SI RINNOVA.

Un vero tè in foglie, con o senza zucchero?



POLIEDROSTUDIO®

**TU SEI UNICO,
COME I TUOI GUSTI.**

Maestro Touch ti offre la **qualità di un tè infuso a regola d'arte** e infinite possibilità di personalizzazione. La soluzione per trovare sempre ciò che desideri, dove e quando vuoi.



 **NECTA**

Follow Us!

necta.evocagroup.com





Anche quest'anno saremo ad Host con tante novità

Padiglione 18 - Stand H86 H88



Precisione



Hi-Tech



Regolazione



Modularità



PPS



Combinazioni

Numero 357 - Anno XLIII - Settembre 2019

Editore: VENDING PRESS S.r.l.

Sede:
Via Vittime di Piazza Fontana, 28
10024 Moncalieri (TO) (Italy)

Pubblicità e Abbonamento:
Tel. 011 6602900 - Fax 011 6600638

Sito internet: www.vendingpress.it

e-mail: magazine@vendingpress.it

Direttore Responsabile:
Luca Fassio

Redazione:
Enrico Capello

Segreteria/pubblicità:
Silvana Ferrero

Grafica e impaginazione:
Luisella Torta

Collaboratori:
Franco Bompani, Mario Majo, Orsola Mallozzi,
Gabriele Picello, Bruno Scacchi, Eugenio Tristano

Stampa: Stamperia Artistica Nazionale S.p.a.

- Registro Nazionale della stampa
n° 5361 del 24/9/96
- C.C.I.A. Torino 518064
- Cod. Fiscale/Partita IVA 01704690013
- Reg. Giornali e periodici Trib. Torino
n° 2652 del 8/12/1976
- Banca: Intesa San Paolo S.p.a.
filiale di Trofarello
- Pubblicità inferiore al 45%

ABBONAMENTO 2019

Italia: € 75

SUBSCRIPTION

Europe: € 95
Overseas: € 121

È vietata la riproduzione anche parziale
di testi e/o immagini, senza il consenso scritto
di Vending Press S.r.l.

Corrispondenti esteri (associati WWVPA)

Copyright condiviso con Vending Press S.r.l.

- Regno Unito - Rephot Publishing, *Automatic Vending*
- Germania - Es-Verlvending Report, *Vending Report*
- Spagna - Hipala Communication, *Hostel Vending*
- U.S.A. - Cignus Business Media, *Automatic Merchandiser*



4 Editoriale

6 I nuovi trend del caffè a HOSTMILANO 2019

Sono circa 2.000 le aziende che hanno confermato la loro partecipazione al grande hub internazionale dell'ospitalità professionale in programma a Fiera Milano di Rho dal 18 al 22 ottobre. Ruolo centrale per il settore Caffè/Bar/Vending. Oltre 500 appuntamenti tra eventi, contest e showcooking

18 L'Internet of Vending semplice ed efficace di Nebular

Coges lancia le nuove funzioni del suo sistema "digitale": programmazione dei sistemi di pagamento, rimborso del credito via cloud, aggiornamento del database per i sistemi a contante, planogramma e gestione prodotti online

20 Il nuovo marketing per capire dove va il consumatore

Non più "produci e vendi" ma "ascolta e produci". Chi vende deve farsi trovare dal consumatore già informato

31 Il "diversamente Vending" di Frescofrigo raccoglie investitori

La sfida nel delivery alimentare della startup che ha creato una nuova forma di Distribuzione Automatica a Km Zero dotata di tecnologia di lettura dei prodotti scelti dai clienti. Il fondatore Enrico Pandian: "Amazon Go ci ha aperto la strada"



RUBRICHE

24 Novità aziendali

ABBONATI



10 numeri
cartaceo e
digitale
75€

20 numeri
cartaceo e
digitale
130€

NESSUN NUMERO PERSO

PREZZO BLOCCATO

SPEDIZIONE INCLUSA

Abbonarsi è facile:

Effettua un bonifico sul seguente IBAN: IT78Q030693108110000014970
causale: Abbonamento rivista Vending Magazine

Manda la contabile a magazine@vendingpress.it
con i tuoi dati societari e l'indirizzo di spedizione della rivista

oppure vai su www.vendingpress.it e segui le istruzioni

L'evoluzione di mercato: analisi e riflessioni

Abbiamo ribadito più volte, e in più occasioni, la necessità per gli operatori del Vending di stare al passo con i tempi in termini di aggiornamento tecnologico per essere competitivi sul mercato. Questo principio vale in qualsiasi ambito, ma non sempre è facile adeguarsi. Nel nostro settore, in particolare, negli ultimi anni l'evoluzione tecnologica ha avuto un tasso di crescita altissimo, come mai in passato.

Rileggendo i recenti numeri di VM ci si accorge che in quasi ogni uscita si parla di nuove tecnologie, applicazioni e sistemi di pagamento. Il gestore non fa in tempo ad adeguare il proprio parco distributori a un certo sistema che già arriva qualcosa di nuovo! Solo 10 anni fa, non era raro trovare in giro distributori di vecchia generazione, installati magari un ventennio prima presso clienti poco pretenziosi e attenti alle novità. Oggi non è più così. Il cliente finale è molto più informato e vuole molto di più. La concorrenza in un settore saturo come il nostro è diventata più agguerrita, per cui la leva "dell'ultima novità di mercato" è sempre più temuta dai gestori con un parco macchine non "all'ultima moda".

Essendo, perciò, diventato molto più veloce il processo di obsolescenza tecnologica, le risorse finanziarie da dedicare agli aggiornamenti tecnici incidono in maniera più pressante sui bilanci delle società di gestione. Verrebbe da pensare che solo le realtà con le "spalle larghe" possano sopravvivere e che, dunque, si vada progressivamente a crearsi un mercato oligopolistico con meno player ma sempre più grossi. Dall'analisi dei bilanci delle "prime della classe" (le "Top 100"), che pubblichiamo ogni anno, questo trend non appare, però, con così tanta evidenza. Tutto ciò significa che le imprese di media e piccola dimensione continuano a lottare per sopravvivere, nonostante tutto. Un bel segnale per quanto riguarda lo stato di salute del settore, per altro bersagliato negli ultimi anni da scelte politiche istituzionali che ben di rado l'hanno aiutato.



PRESENTA

MOSAICO
ARTE IN RITO

SLITTA MANIGLIA ERGONOMICA

SEMPLICITÀ DEL MENÙ

5 LIVELLI DI TEMPERATURA, RISPARMIO ENERGETICO, DECONTO, CONTATORE PARZIALE E TOTALE

3 LIVELLI DI EROGAZIONE

ALTEZZA TAZZA REGOLABILE

SERBATOIO DA 2 LITRI

SENSORE MANCANZA ACQUA

LED LUMINOSO

FUSIBILE SALVASCHEDA

CONTENITORE DA 22 CAPSULE ESAUSTE

MOSAICO,
LA SOLUZIONE GIUSTA PER L'OCS.

I NUOVI TREND DEL CAFFÈ A HOSTMILANO 2019

Sono circa 2.000 le aziende che hanno confermato la loro partecipazione al grande hub internazionale dell'ospitalità professionale in programma a Fiera Milano di Rho dal 18 al 22 ottobre. Ruolo centrale per il settore Caffè/Bar/Vending. Oltre 500 appuntamenti tra eventi, contest e showcooking

Ristorazione, pasta, pizza, gelato, caffè, bar, arredo e bakery: tutto in un'unica manifestazione. Le parole che, ai cinque angoli del pianeta, celebrano il successo del Made in Italy si ritrovano **"sotto lo stesso tetto"** alla 41° edizione di **Hostmilano (fieramilano, dal 18 al 22 ottobre 2019)**, l'appuntamento che nel mondo dell'ospitalità è diventato un vero e proprio sinonimo di innovazione e di "fucina" di tendenze, oltre che il luogo ideale per incontrare le più importanti realtà del settore, nazionali e internazionali. Lo dimostra il fatto che, a un mese dall'inaugurazione, sono **circa 2.000 le aziende che hanno confermato la loro partecipazione** (+8% rispetto alla stessa data del 2017), con circa 800 realtà **straniere** (+10%), queste ultime **in rappresentanza di 54 Paesi** (tra le new-entry ci sono Albania, Argentina, Colombia, Iran, Lettonia, Libano). Guardando ai dati degli espositori e alla suddivisione per macrosettori si scopre che la ristorazione professionale, insieme a Pane/Pizza/Pasta, rimane l'ambito più rappresentato (43,94%), seguito da **Caffè/Tea/Vending/Gelato/Pasticceria (37%)** e dall'Arredo/Tavola (19,1%).

I visitatori e i professionisti trove-

ranno, durante i 5 giorni della manifestazione, un fitto menu di esibizioni e show-cooking; campionati e percorsi del gusto; tavole rotonde e sfide tra maestri pasticceri, chef stellati, baristas e designer. Il tutto si accompagnerà al più grande osservatorio del settore **Ho.re.Ca.** in fatto di novità e trend, approfonditi fin nei loro aspetti più glamour.

Partnership e buyer

Oltre 27 miliardi di Euro nel 2018, con la previsione di superare quota 31 miliardi entro il 2021. Se i dati del Sistema Informativo Ulisse confermano come il giro d'affari legato al **commercio mondiale delle Apparecchiature Professionali** non conosca battute d'arresto (con l'Italia che resta al primo posto nella classifica dei Paesi esportatori), la stessa cosa si può dire della vocazione di

Hostmilano a essere, edizione dopo edizione, sempre più **hub dell'equipment globale**. Lo dimostra, solo per fare un esempio, il capitolo partnership, mai come quest'anno **ricco di un network realizzato con le più importanti associazioni del comparto**, italiane e internazionali. Queste ultime provenienti dai maggiori mercati di riferimento della manifestazione – come Regno Unito e Nord America, Spagna e America Latina – e tutte, non a caso, presenti a ottobre a Milano per sfruttare le occasioni di business e networking di Host. Un network nato e cresciuto nelle ultime edizioni e che ha come obiettivo quello di concentrare un numero sempre crescente di decision maker del settore, per **favorire l'incontro tra una domanda e un'offerta internazionale e qualificata**.



Covim Opera:

anche nel mondo dell'automatico, un espresso perfetto già dal primo istante.



Saeco Cristallo 400 Covim



Necta Brio3 Covim



Covim CO100R



covim

Espresso Life



Scopri il Mondo Covim

Presente a "Host 2019"
18-22 Ottobre 2019 - Fiera Rho Milano
Pad. 22 - Stand E 18-26 G15-25

www.covimcaffe.it



I migliori caffè del mondo, con il cuore italiano

A rendere ancora più evidente lo sguardo che l'appuntamento di Fiera Milano intende gettare oltreconfine sarà la folta rappresentanza di **hosted buyer**. Grazie anche alla collaborazione con ICE Agenzia, saranno, infatti, **oltre 1.500 addetti ai lavori di 80 Paesi**, con l'80% di turnover, provenienti principalmente da USA, Canada, Medio Oriente, UAE, Cina e Russia.



Caffè tra tradizione e alternative

Per il caffè è il momento di osare. Caffè ai superfood, Nitro Coffee, Goth Latte – ai carboni attivi – caffè all'uovo o agli estratti di fiori: sono le 5 tendenze più d'avanguardia individuate da una recente ricerca internazionale. E poi c'è il must estivo del cold brew e vanno sempre forte specialty, monorigine ed estrazioni alternative.

Come trasformare queste suggestioni creative in moltiplicatori del business, magari anche grazie all'ibridazione con altri settori come il pastry e il bakery? Al **Sic – Salone Internazionale del Caffè**, storico appuntamento ospitato all'interno di **HostMilano** – coloro che hanno fatto della passione per il caffè la loro professione troveranno non solo tutti i più importanti attori della filiera italiani e internazionali, ma anche un palinsesto di eventi, contest e momenti di formazione, con la presenza dei più quotati **baristas mondiali**. E un'opportunità unica di conoscere in anteprima le tendenze di domani in termini di format, layout e innovazione tecnologica.

L'Italia sta diventando sempre più un laboratorio di nuove tendenze della caffetteria: anche il Paese che ha inventato l'espresso scopre, infatti, le nuove estrazioni e gli aromi originali. E dall'incontro fra tradizione italiana e novità cosmopolite nascono proposte originali

e interessanti pronte a essere replicate nel mondo.

Merito certo dell'arrivo anche in Italia delle **grandi catene internazionali**, ma anche di una pattuglia sempre più folta di baristi in grado di proporre, come dei veri e propri sommelier, prodotti diversi, raccontando a chi sta dall'altra parte del bancone le qualità di ogni proposta.

Merito anche della famosa **"Terza Onda"**, che portando in **primo piano monorigine ed "Ethical sourcing"**, ha cambiato la percezione del mondo del caffè. A cominciare dall'attenzione sempre maggiore verso la **sostenibilità** (dalle **capsule monouso** prodotte con materiali riciclabili all'utilizzo di tecnologie sempre più green) o dalla ricerca di un prodotto che deve essere sempre unico e originale. Come? Grazie a strumenti come le **certificazioni**, al **packaging accattivante**, a **location attrattive** e, da non dimenticare, a tazzine personalizzate per forma, spessore e capacità. Perché avere un modello esclusivo in relazione alle diverse tipologie di caffè e di preparazione della bevanda è uno di quei fattori in grado di rendere unica l'esperienza per il consumatore finale.

Il caffè vale 17 miliardi

Che tutto ciò che ruota intorno al caffè sia in piena salute lo confermano anche i dati del **Sistema Informativo Ulisse**. Il **commercio mondia-**

le del comparto Caffè/Macchine per Caffè/Vending Machine

ha raggiunto nel 2018 un nuovo massimo, **superando quota 17 miliardi di Euro** (l'aumento medio nel decennio in corso è stato prossimo al 10% annuo). E non è tutto, perché le prospettive di crescita dell'intero settore riguardano anche gli anni fino al 2022 (+6,1% medio annuo in Euro).

In buona salute appaiono, in particolare, i **segmenti Premium-Price** (nel periodo 2008-2018 il loro **market share è passato dall'11,2% al 25,7% del totale mondiale**) e **quelli di fascia Medio-Alta**, che hanno aumentato di quasi 7 punti la propria incidenza rispetto a 10 anni prima.

Per quanto riguarda l'export, a trainare la domanda di importazioni a elevato valore aggiunto sono mercati come Francia, Regno Unito, Germania, Olanda, Spagna, Canada e USA, a cui si sono aggiunti, negli ultimi tempi, Cina e Hong Kong, Sud Corea, Emirati Arabi Uniti e Australia. Tra le mete delle vendite italiane del comparto – con i suoi **2,7 miliardi di Euro nel 2018**, il Belpaese si conferma il leader globale nelle esportazioni Premium-Price e, specificatamente, **nei distributori automatici** – ci sono soprattutto Germania, Francia, Stati Uniti, Russia (in crescita), Regno Unito e Austria.

Info su: www.host.fieramilano.it, @HostMilano, #Host2019.



snatt's

i gustosi snack dal sapore
MEDITERRANEO



3 grandi
NOVITÀ



* Non fritti!
* Solo ingredienti naturali!

Dispensa
Zaniboni
nuove IDEE negli SNACK

www.snatts.com/it

Al servizio del Vending solo con i migliori prodotti.
www.dispensazaniboni.it

LE AZIENDE DEL VENDING A HOSTMILANO



Bianchi Industry

“Design Your Break”, ovvero progetta l’area di consumo perfetta per ogni esigenza.

Bianchi Industry sarà a Host 2019 forte di un nuovo messaggio che esprime il concetto essenziale della sua visione: *“Non produciamo più solo macchine ma soluzioni, pensate per offrire grande modularità, ca-*

pacità e interazione e per allestire aree di consumo adatte a qualsiasi tipo di ambiente: spazi pubblici, aziende, uffici, co-working, bar, negozi, hotel, ristoranti, aeroporti e molto altri ancora”.

In particolare, a Host 2019 il gruppo bergamasco presenterà tre famiglie di soluzioni a marchio Bianchi Vending e Brasilia. Le Coffee Station Solutions rappresentano un servizio caffè premium al confine tra mondo del Vending e Ho.Re.Ca: ne è un esempio Talia, il nuovo distributore OCS dal design raffinato e compatto, che permette di offrire un servizio “coffee corner premium” e creare un’atmosfera capace di valorizzare ogni relazione, anche negli ambienti in cui lo spazio è limitato.

Tra le Coffee Breakfast Solutions troviamo Moda e Festa, le superautomatiche ideali per allestire aree self-service ad alte prestazioni: ad esempio per la colazione negli hotel, per servizi di catering, oppure per creare degli spazi coffee shop.

Infine, le Professional Coffee Solutions, ovvero Gala e Rito, le due macchine professionali da caffè marchiate Brasilia. Design alla moda, facili da usare e veloci da pulire, queste soluzioni garantiscono sempre risultati eccellenti in tazza, soddisfacendo anche i baristi più esigenti.



Padiglione 14 - Stand E46/F47

BWT Water+More



water + more

Il mondo del caffè si evolve in continuazione, grazie alla giovane età dei protagonisti del settore e tra questi c’è da annoverare

sicuramente **Water+More**, azienda del gruppo austriaco **BWT**, con i suoi 13 anni di età. Solo 13 anni ma ben spesi, ricercando soluzioni filtranti che portassero l’acqua, che è la parte prevalente di una tazza di caffè, a diventare da solvente a ingrediente della “tazza perfetta”. BWT Water+More, in prima fila nella lotta contro l’inquinamento da plastica e per la salvaguardia delle risorse naturali, promuove, da tempi non sospetti, l’utilizzo dell’acqua proveniente dalla rete idrica applicando un filtraggio di affinamento che la rende perfetta da portare in tavola. L’impegno ambientalista di BWT è riassumibile nello slogan “For you and the Planet Blu” che identifica la gamma di sistemi di filtraggio ed erogazione per acqua liscia e gassata, fredda e a temperatura ambiente, per casa e per uso professionale.

A Host 2019, nello stand BWT Water and More saranno anche in mostra gli erogatori di acqua casalinghi e professionali della famiglia AqaDrink, abbinabili, a seconda delle esigenze, a cartucce filtranti BestTaste che effettuano il semplice affinamento attraverso il carbone attivo. La loro funzione è quella

di rendere l’acqua priva di sapori e odori estranei. Inoltre saranno presenti i filtri BestDrink Premium per dosare nell’acqua il magnesio, vero “oro” naturale che ciba il nostro corpo ogni giorno e rappresenta il miglior “estrattore” del caffè in ogni sua forma. Il magnesio, dunque, come elemento legante le molecole “nobili” del caffè: quelle molecole che riescono a trasformare una bevanda calda, scura e troppo spesso amara in un’esplosione di sapori e di aromi fruttati e floreali.

Il magnesio, protagonista dello stand Water+More a Host e il cui rilascio attraverso filtraggio dell’acqua è un brevetto mondiale di BWT, è presente in tutta la gamma di sistemi filtranti dell’azienda: dall’acqua fredda potabile fino all’acqua per il caffè in ogni sua modalità di estrazione.



I sistemi BWT sono la filtrazione preferita di molti baristi “specialty”. Da poco in Italia si è creata, infatti, una “nuova onda” di locali che hanno scelto Bestmax Premium come sistema filtrante non solo per l’espresso ma anche per il caffè filtro e recentemente anche molte sessioni di rilascio del titolo di “Q Grader” si sono avvalsi della filtrazione Bestmax Premium al Magnesio di BWT.

A Host 2019 per la prima volta verrà presentata al mercato anche la ROC Coffee, una osmosi inversa di “prossima generazione”, in grado di generare l’acqua esattamente nel “bersaglio” descritto su base scientifica da enti come SCA America e Università di Zurigo e da grandi bartender come Maxwell Colonna e Chris Hendon. “A ROC Coffee – spiega Sergio Barbarisi, direttore generale di BWT Water+More Italia – sono state aggiunte innovazioni a oggi mai viste sul mercato e che generano un sistema filtrante compatto, produttivo ed eclettico in quanto può servire per il caffè e contemporaneamente per il lavaggio delle tazze. Cosa, poi, che non guasta è correttamente prezzato per le tasche di tutti”.

Padiglione 24 - Stand R60/S51



...firma la nuova
linea BIOLOGICA.

Biosnack



prodotto biologico



con curcuma e zenzero



con semi di zucca e girasole



con olio extra vergine d'oliva



adatte a una dieta vegana



mono-spirale



prodotto biologico



con farro e grano saraceno



con semi di lino e finocchio



con olio extra vergine d'oliva



adatti a una dieta vegana



senza lievito e senza vino



EUROSACK srl - infoline 06 98 98 8028
email: info@fornodamiani.it - www.fornodamiani.it

Caffè Borbone

Con ulteriori e significativi incrementi delle vendite di caffè in capsule e cialde, anche a seguito di un'impattante campagna pubblicitaria, nell'ultimo semestre, il Gruppo **Caffè Borbone** ha rafforzato la propria posizione fra i principali player del settore. In particolare le capsule compatibili Nespresso e A Modo Mio hanno mantenuto un andamento positivo, a cui si affianca la recente attività per il sistema Dolce Gusto. Forte la crescita registrata nelle rivendite e in alcuni canali online, così come è in continua espansione l'attività nella GDO.

Sempre attento a innovare e a rendere i prodotti più vicini alle esigenze del cliente, il marchio Caffè Borbone è costantemente impegnato ad apportare miglioramenti alla tecnologia del packaging e dei materiali sostenibili. Partono da fine settembre, infatti, le nuove idee di packaging che raccontano il prodotto e la poesia del caffè. Inoltre, per la linea Vending, oltre alle nuove grafiche ecco due miscele inedite: DEK – che grazie alle nuove tecnologie ideate da Caffè Borbone conserva crema, corpo, gusto e dolcezza del perfetto espresso ma decaffeinato – e la Miscela Top caratterizzata da una forte prevalenza di caffè arabica.

Caffè Borbone sta rivedendo tutte le confezioni delle varie famiglie di prodotto con l'obiettivo di rispettare l'ambiente e conservare il prodotto nel miglior modo possibile, mantenendo fragranza e aroma del caffè al massimo livello.

Questi sono i primi risultati frutto dell'impegno costante dell'azienda napoletana verso i consumatori e il territorio.



Padiglione 18 - Stand C70/D71

Caffè Vergnano



Caffè Vergnano rivoluziona l'offerta per gli uffici con un nuovo sistema tutto "green". Nasce, infatti, la SpinelBy progettata esclusivamente per le capsule Espresso1882 compostabili di Caffè Vergnano.

Le capsule Espresso1882 di Caffè Vergnano sono le prime in commercio certificate "OK COMPOST" da Vinçotte (ente riconosciuto a livello internazionale) e smaltibili nel bidone dell'umido senza bisogno di separare l'involucro dal caffè.

In linea con le nuove direttive europee che prevedono l'abolizione e la riduzione della plastica monouso, le capsule Espresso1882 compostabili di Caffè Vergnano sono una valida risposta alle tematiche ambientali perché diminuiscono in modo sensibile la quantità di rifiuti indifferenziati. La soluzione ideale per chi, anche in ufficio, vuole mantenere un approccio "green" senza rinunciare al gusto e alla qualità dell'autentico espresso italiano. Buone per l'ambiente e con la qualità di sempre, le nuove capsule Espresso1882 preservano intatto l'aroma delle miscele Caffè Vergnano e garantiscono una resa eccellente in tazza. Inoltre la tecnologia Spinel By è in grado di garantire una resa eccellente anche dopo ripetute estrazioni, ed è perfetta, quindi, anche per gli uffici più numerosi.



Padiglione 22 - Stand B38/C27

Covim

Molte delle novità che saranno presentate nello stand di **Covim** sottolineeranno i tanti obiettivi raggiunti dalla storica torrefazione genovese nel perseguire uno vero sviluppo sostenibile.

Nel 2019 hanno visto la luce diversi progetti riguardanti la compostabilità delle capsule Covim di differenti sistemi espresso e sono state presentate le nuove capsule compostabili realizzate con un'innovativa bioplastica prodotta tramite la fermentazione di zuccheri derivati dalle piante.

Inoltre, già dall'inizio del 2017 Covim ha conseguito la certificazione per produrre Caffè Biologico e, per il settore del Vending, presenterà a Host il suo caffè biologico in grani e le capsule Covim Opera Bio.

Debutterà a Host anche Superba, il sistema esclusivo a capsule autoprotette brevettato da Covim. In primo piano allo stand ci sarà il nuovo modello, la CS100R, una macchina italiana nel cuore e nel design, e agli altri due modelli della gamma: CS80, dedicata al mercato domestico, e CS200 con montalatte.



Padiglione 22 - Stand E16-26/G15-25

DA Design Group

Le innovazioni nel settore del Vending offrono nuove opportunità per integrare e ottimizzare l'offerta d'ospitalità. Dalla cura della qualità delle piccole soste, fino alla realizzazione di intere aree destinate a nuovi concept di ristorazione automatica, l'impegno della **DA Design** è di soddisfare questi bisogni, contribuendo a creare soluzioni efficienti che rispettino le esigenze dei gestori, dei loro clienti e dei consumatori finali.

Uno degli obiettivi principali è rispondere e, allo stesso tempo, anticipare le richieste del mercato: per questo le proposte dalla DA Design sono in continua evoluzione. Soluzioni che guardano a nuovi segmenti di mercato, anche oltre i confini nazionali, permettendo così al gruppo di diventare leader europeo per la realizzazione e la ingegnerizzazione di aree dedicate alla Distribuzione Automatica e non solo.

Questi saranno i temi che verranno approfonditi a Host 2019, occasione per presentare la linea dedicata all'OCS e all'Ho.Re.Ca, caratterizzata da nuovi elementi che abbracciano design e funzionalità.

L'evento sarà il momento ideale per presentare anche il nuovo concetto "CoffeeWall", riservato al segmento Hotellerie, e per mostrare sistemi moderni realizzati secondo il concetto di "Host", proprio perché i consumatori, nella vision della DA Design, non sono semplici clienti, ma veri "guest".

Da qui nasce l'hashtag #GuestBreak: la DA Design è pronta ad accogliere gli ospiti all'interno dei micromarket e smart coffee o in una breakfast room.



DADESIGNGROUP
Italy System Vending Area



Padiglione 14 - Stand L40/M39



SEI UN COMMERCIALE "SOSTENIBILE"?

PIÙINFORMA[®]

TI CERCA!!!

"ANTICIPIAMO IL FUTURO"



**PIÙ
INFORMA**
#SUSTAINABLESERVICES

Evoca

EVOKA

G R O U P

Evoca arriva a Host 2019 con numerose proposte appartenenti ai diversi brand del gruppo tra cui Necta, Saeco, Gaggia, Ducale, Wittenborg, Visacrem, Futurmat e Newis.

Tante le novità a marchio Gaggia Milano, tra cui spiccano la nuovissima superautomatica La Radiosa – con bevande a base di latte schiumato caldo e freddo grazie all'innovativa tecnologia EvoMilk – e la macchina da caffè tradizionale La Reale DFC, dotata del sistema Dynamic Flow Control. Sempre nel settore Ho.Re.Ca si segnalano poi La Giusta, provvista di tastiera led e di un touch screen a colori, e le ultime arrivate La Decisa e La Precisa, entrambe disponibili con 2 o 3 gruppi e anche in versione Tall-cup.

Il brand Necta completa la gamma delle superautomatiche con l'elegante Kalea Plus, sia in versione nera che bianca.

In ambito OCS bean to cup, Saeco presenta la nuova linea Aulika Evo al completo, Phedra Evo e IperAutomatica con una rinnovata veste grafica. In anteprima assoluta sarà svelata la nuovissima Royal in tre versioni, per bevande caffè e latte.

Nel porzionato impossibile non notare Dually, la macchina a capsule a due gruppi vincitrice del Good Design Award 2018.

A brand SGL sarà proposta Smarty, modello a capsule, mentre Wittenborg, marchio premium per l'OCS nel Nord Europa, punta su due modelli table top di nuova generazione: la 9000 e la 95.



Per chiudere, non dimentichiamo la presenza dei distributori Vending: a marchio Necta, Maestro Touch e Orchestra, e a marchio Ducale, City 300 TT. Questi d.a. rappresentano una valida soluzione per quelle strutture alberghiere che vogliono garantire un servizio di qualità H24.

Infine Newis, brand del gruppo per i sistemi di pagamento e il mondo digitale, proporrà l'ultima versione di Breasy, l'app che cambia l'esperienza di acquisto e di pagamento nel Vending.

Padiglione 22 - Stand G28 K27

Flo

FLO presenterà in anteprima GEA "compatibile Nespresso", la capsula caffè di nuova generazione 100% biobased che si affianca alla "compatibile Lavazza", presente sul mercato già da alcuni mesi.

Realizzata in PLA Ingeo, un biopolimero ottenuto da risorse rinnovabili e prodotto dalla statunitense NatureWorks, GEA è una capsula tecnicamente avanzata che punta sulla qualità della erogazione assicurando che gusto e aroma vengano conservati nel tempo, soddisfacendo contemporaneamente le esigenze di consumatori e torrefattori.

GEA è frutto di oltre 3 anni di ricerca sviluppata in azienda, grazie a importanti investimenti e a un team d'ecceellenza che dispone di due laboratori applicativi all'avanguardia e sta studiando packaging di nuova generazione che risolvono il problema del fine vita dei prodotti.

Alternativa ecologica alle capsule realizzate in plastica tradizionale, GEA rientra tra i progetti 'Zero waste' di Flo. Zero Waste significa "zero rifiuti", obiettivo che si raggiunge anche garantendo nuova vita al materiale derivante dagli scarti della produzione industriale.

Con i residui di PLA Ingeo utilizzato nella produzione delle capsule per caffè GEA, è stato realizzato "The 3D Bar", un bar dal design accattivante – presentato in anteprima all'ultimo Salone del Mobile di Milano – completamente stampato con tecnologia 3D da un sistema robotico antropomorfo.

"The 3D Bar" sarà integrato nello stand FLO a Host 2019, pronto ad accogliere gli ospiti e a dimostrare quante soluzioni virtuose e di valore si possono creare dando nuova vita ai materiali di scarto.



Padiglione 22 - Stand D27

Kimbo

Kimbo accoglierà a Host 2019 i visitatori in uno stand di oltre 180 mq che farà da scenario alle numerose degustazioni e a interessanti master-class con ospiti di rilievo nell'ambito bar e ristorazione.

Lo stand sarà caratterizzato da differenti aree che racconteranno l'ampia gamma rivolta al mondo del fuori casa a cui Kimbo riserva da sempre grande attenzione, offrendo un prodotto di alta qualità accompagnato da una proposta di servizio impeccabile.

Fra le novità relative al canale OCS, Kimbo propone la nuova linea di cialde compostabili, realizzate con un involucro in carta smaltibile direttamente nell'organico per essere trasformate, in pochi mesi, in fertilizzante naturale per il terreno. Un circolo virtuoso che dona nuova vita ai rifiuti, trasformandoli in una materia prima utile per un nuovo ciclo produttivo.

Nel corso della fiera verrà presentata la nuova macchina per cialde, 100% Made in Italy e semplice da utilizzare, per un risultato in tazza dall'elevata qualità.

All'interno della linea di capsule compatibili con i sistemi più diffusi sul mercato, alle capsule Kimbo compatibili con le macchine a uso domestico Nespresso®* si affianca una nuova linea di capsule compatibili Nescafé®** Dolce Gusto®**, con 3 varianti caffè e un'ampia gamma di bevande, disponibili sia per la GDO che per il canale OCS.

*Questo marchio non è di proprietà di Kimbo S.p.A.

** Capsule compatibili con le macchine a marchio Nescafé® Dolce Gusto®. I marchi non sono di proprietà di Kimbo S.p.A. né di aziende allo stesso collegate.



Padiglione 18 - Stand B50 C57

Lavazza

Lavazza riconferma la propria presenza a Host anche per il 2019, presentando le ultime innovazioni di prodotto negli ambiti Foodservice e OCS&Vending e portando tutta l'expertise del proprio Training Center.

Oltre alla rinnovata Classic Collection per i professionisti del fuori casa, dedicata agli amanti del tradizionale espresso italiano, Lavazza esporrà due novità: Alteco Decaf e Tierra soft pack 180g. In aggiunta, sarà possibile scoprire il Cold Brew Lavazza, nel classico formato iced e nitro. In continuità con la strategia di rilancio del brand Lavazza Qualità Oro, la massima espressione dell'arte Lavazza, la miscela sbarca anche sul sistema Firma, per il segmento OCS. In ambito Vending, segmento sempre strategico per l'azienda, saranno presentate le macchine Maestro, Concerto Touch e Diva.

Lo stand di Lavazza si caratterizzerà per la forte componente interattiva e avrà una specifica area con protagonisti i professionisti del Training Center Lavazza: il visitatore potrà così entrare nel mondo Lavazza a 360° e conoscere l'offerta e le innovazioni dell'azienda.



Padiglione 14 - Stand B41-C47

ODE



ODE, da 60 anni azienda leader nella gestione dei fluidi, è da sempre impegnata nella ricerca e nello sviluppo di nuovi prodotti, materiali e tecnologie. Saranno, infatti, numerose le novità presentate alla fiera Host 2019. Con un'esperienza di oltre 10 anni nello sviluppo di prodotti in tecnopolimero, ODE esporrà la gamma completa di prodotti in PPS, tra cui le nuove serie modulari AM e JM, attraverso cui è possibile combinare connessioni, kit e direzione fluido di entrata e uscita, dando la possibilità di creare manifold nuovi in base

alle proprie esigenze e risparmiando così materiale, lavoro e tempo.

Tra i prodotti in PPS, sarà presente anche Mocareel, l'innovativa pompa rotativa a palette progettata per offrire lunga durata e alti livelli di portata e pressione.

Altre due grandi novità sono il lancio della nuova gamma a separazione totale e lo sviluppo di un nuovo sistema per l'erogazione del caffè: il Dynamic Pressure System (DPS). Questo innovativo sistema è in grado di esaltare corpo, aroma e fragranza delle diverse miscele, regolando il livello di acidità e migliorando il retrogusto attraverso la gestione di ogni parametro di erogazione che ne esalti le qualità.



Padiglione 18 - Stand H86/H88

Rheavendors



rheavendors group

Il connubio tra qualità in tazza e innovazione tecnologica è alla base del concept *laRhea goes Coffee Shop*, che **Rheavendors** presenterà in occasione della fiera Host 2019, pensato per far vivere al consumatore una customer experience a 360 gradi.

Protagoniste dello stand saranno, infatti, le macchine *laRhea*, dotate della tecnologia *Variplus*, che consente di calibrare le molte variabili che entrano in gioco quando si prepara un caffè, con l'obiettivo di ottenere una bevanda eccellente, nel rispetto dei criteri della tradizione italiana.

Grazie alla collaborazione con esperti del mondo del caffè, Rheavendors ha messo a punto alcune ricette tradizionali, mirate a riscoprire, con le macchine *laRhea*, i segreti della cultura del caffè.

In linea con questo percorso, Rheavendors continua la collaborazione con Nana Volthaus-Vehse, SCA Member e Barista Champion, ospite d'eccezione sullo stand, che coinvolgerà i visitatori come è avvenuto in occasione della recente fiera *Eu-Vend di Colonia*.

Padiglione 14 - Stand C42

Spinel



Spinel è da sempre attenta ai temi dell'ecologia e dell'ambiente: la scelta di componenti di lunga durata, gli accorgimenti tecnici per ridurre il consumo di energia elettrica e l'impianto fotovoltaico che copre più del 50% del fabbisogno aziendale, sono alcuni esempi concreti che confermano la filosofia produttiva nel segno della sostenibilità.

Allo stesso modo, Spinel è attenta a cogliere le nuove tendenze del mercato e a rispondere prontamente alle esigenze degli operatori professionali. Host 2019 sarà l'occasione per presentare alcuni suoi "gioielli" di innovazione e tecnologia industriale.

CIAO si colorerà per adattarsi a ogni ambiente e gusto e avrà anche una veste total inox, per sedurre il consumatore alla ricerca di un look sempre più raffinato. Inoltre, CIAO con gruppo caffè in capsula, garantirà le stesse prestazioni della versione in cialda.

La nuova PINOCCHIO elettronica avrà di serie interruttori a membrana, termostato elettronico per la regolazione della temperatura, dosatura caffè corto/lungo temporizzata e sistema Energy Saving.

A completamento della gamma *BYE*, ci saranno anche le versioni per i formati di capsule *Lavazza Blue** e *A Modo Mio**.

Ampio spazio sarà dato ai modelli *JESSICA* e *JASMINE*, macchine per il settore *Ho.Re. Ca.* rese sempre più performanti, con innovative soluzioni tecnologiche, e accattivanti grazie alle nuove proposte di colori.

(* I marchi *Lavazza Blue* e *A Modo Mio* non appartengono a Spinel srl né ad aziende ad essa collegate

Padiglione 22 - Stand K15

Vending Magazine



VENITE A TROVARCI A HOST MILANO 2019 PRESSO IL PADIGLIONE 18 - STAND N81



ARRIVA IL BENESSERE ELEVATO AL **BIO**:
NATURALE SCEGLIERLO!



Preziose proprietà nutritive e benefiche -
Da agricoltura biologica certificata - Coltivate nel rispetto dell'ambiente,
senza trattamenti chimici - Gusto delizioso



Scopri i prodotti Mister Nut su
www.newfactor.it

**NOVITÀ
ESCLUSIVA**
PER IL CANALE
VENDING

 A red illustration of a vending machine with various snack compartments.

L'Internet of Vending semplice ed efficace di Nebular

Coges lancia le nuove funzioni del suo sistema "digitale": programmazione dei sistemi di pagamento, rimborso del credito via cloud, aggiornamento del database per i sistemi a contante, planogramma e gestione prodotti online



Smartphone, telemetria, Internet of Things (IoT). Anche nel Vending la connettività può semplificare la vita e migliorare il lavoro. Questa è la filosofia adottata da **Coges con Nebular**, il servizio online che rappresenta il **"gemello digitale"** del sistema di pagamento Engine. Grazie alla lunga esperienza dell'azienda vicentina nella progettazione di soluzioni innovative per la Distribuzione Automatica, oggi Nebular si arricchisce di nuove funzioni per migliorare ulteriormente la vita professionale di tutte le gestioni, senza perdere di vista il tema ancora attuale dell'**Iperammortamento**.

I cambiamenti che investono la nuova versione di Nebular sono numerosi e coinvolgono a 360° gli elementi più essenziali della gestione vending: dalla **programmazione dei sistemi di pagamento** al rimborso del credito via cloud, passando per l'**aggiornamento del database** per i sistemi a contante, il planogramma e la gestione prodotti online.

La relazione tra Coges e i suoi clienti continua anche dopo la vendita del prodotto. Per questo motivo l'azienda lavora per garantire **una ge-**

stione della locazione il più efficiente possibile. In questo senso l'importante aggiornamento di Nebular trasferisce il **portale tecnico online** consentendo la creazione, la modifica e l'invio di parametri e configurazioni da remoto al sistema di pagamento. Diventa, inoltre, possibile l'**aggiornamento remoto del firmware** del sistema master e del-

le periferiche e la gestione di guasti tecnici e allarmi raggruppando, se necessario, i d.a. secondo etichette personalizzate e inviando a ciascuno le modifiche appena fatte.

Nebular rende, inoltre, **più semplice la gestione dei rimborsi** attraverso due modalità preimpostate (vendita gratuita e ricarica da remoto della chiave) e la possibilità di con-

COGES PER UN VENDING "ECOLOGICO"

La **Direttiva Europea sulla plastica** ha fatto diventare la responsabilità ambientale e il corretto smaltimento dei rifiuti temi di scottante attualità nel Vending. Nella Distribuzione Automatica la plastica, oltre a offrire vantaggi in termini di costi, garantisce integrità del prodotto e igiene per il consumatore. Non è tuttavia possibile trascurare la gestione dell'enorme volume di rifiuti prodotti: sarà infatti richiesto agli Stati dell'UE di adottare delle misure di sensibilizzazione verso il corretto riciclo, quali, ad esempio, sistemi di deposito e cauzione.

Oltre a rappresentare un valore aggiunto, il **corretto trattamento dei rifiuti** diventa, quindi, sempre di più una necessità per il Vending. In questo senso Trittech by Fas e Coges collaborano a una soluzione in grado di **trasformare la plastica in una risorsa** per la gestione e per l'utente finale. Il problema dello stoccaggio dei rifiuti presso la locazione e il corretto avvio al processo di trattamento può essere risolto dai **compattatori e trituratori Trittech Touch**, strumenti utili a semplificare e, grazie all'integrazione con i sistemi Coges, a incentivare una corretta raccolta differenziata. Affiancandosi in batteria con i distributori di bevande e snack, i sistemi Trittech Touch riducono, infatti, fino all'85% il volume dei rifiuti in plastica e alluminio e **abbattono i costi di logistica** facilitando la raccolta.

Per stimolare il corretto comportamento degli utenti è possibile **integrare le macchine Trittech Touch con i sistemi cashless Coges Engine**, compatibili con le chiavi MyKey o i supporti Mifare. In questo caso è possibile accreditare un bonus sulla chiave dell'utente per ogni prodotto riciclato correttamente. Il credito "restituito" all'utente svolge pertanto la funzione di cauzione per l'imballo del prodotto.

L'integrazione tra le periferiche cashless inserite nella Trittech Touch e il sistema di pagamento Coges presente nelle vending machine della stessa batteria consente, inoltre, di **accreditarlo il bonus** solo per i rifiuti provenienti dalla stessa locazione. La comunicazione con l'utente finale è resa possibile dallo schermo touch della Trittech.



trollare in ogni momento lo storico. In caso di mancata vendita sarà possibile inviare un rimborso all'utente direttamente dal proprio ufficio, associandolo a una specifica chiave MyKey che lo riceverà al successivo inserimento nel lettore di chiave: il tutto senza perdite di tempo o rischio di errori dovuti alla gestione del contante.

Per monitorare le performance delle vending machines e incrementare le entrate, **Nebular permette ora di gestire il database dei prodotti attraverso un intuitivo piano-gramma.** Questa soluzione registra le transazioni in tempo reale per ogni prodotto, consente di ottenere un pratico resoconto sull'andamento delle vendite e, per dare un'idea ancora più accurata sull'andamento della locazione, rende disponibile il download di una reportistica completa e su misura.

Nebular è, inoltre, compatibile con i principali **software gestionali** diffusi nel mercato del Vending: il gestore troverà tutti i dati rilevati in tempo reale negli stessi menù che è solito usare.

Con la versione 2.0 di Nebular Coges ha reso **ancora più smart la chia-**



vetta MyKey. Grazie a Nebular è ora possibile visualizzare da remoto e in tempo reale il credito di ogni chiave, nonché lo storico di tutte le vendite e tutte le ricariche effettuate da ogni singola chiave.

Allo stesso tempo Nebular rende più intelligenti le periferiche per il riconoscimento del contante, incorporando **l'aggiornamento da remoto dei database di monete della gettoniera rendiresto Unica e delle banconote dei lettori Creos e Lithos**, consentendo l'accettazione di nuovo contante e prevenendo la circolazione di falsi.

Nebular è pensato per offrire sempre più mezzi di pagamento agli utenti finali: per questo motivo include una **piattaforma di pagamento "aperta"** che potrà integrare anche carte di credito e app appartenenti a terze parti, oltre all'app per smartphone Pay4Vend già supportata.

Infine, Nebular mette il gestore nella condizione di poter usufruire dei vantaggi previsti dalla legge per **l'iperammortamento.** Compresa nel pacchetto, Coges offre, infatti, una consulenza dedicata che fornisce un'autocertificazione precompilata del bene "Industria 4.0".



Macchine professionali | Distributori e negozi automatici | Sistemi di pagamento | Installazione e assistenza | Magazzino prodotti

**Il Meglio del Vending e dell'HoReCa,
in un'unica Azienda.**



www.torinovending.it tel. 011 680 4572

Torino Vending Srl è agente e concessionario dei marchi Necta, Saeco, Gaggia, Ducale, Futurmat, Visacrem, Sgl e Newis per Torino e provincia e Valle D'Aosta.

Il nuovo marketing per capire dove va il consumatore

Non più “produci e vendi” ma “ascolta e produci”. Chi vende deve farsi trovare dal consumatore già informato

In seguito all'aumento della concorrenza, all'iperframmentazione dei mercati e ai cambiamenti nei modi di consumare, e quindi del consumatore stesso, il marketing ha dirottato buona parte della sua attenzione dal prodotto al cliente. Nel momento in cui il cliente non è più “preda” ma “cacciatore”, per riuscire a “prenderlo” non sono più fruttuosi i continui “bombardamenti a tappeto” e gli attacchi frontali tanto usati in passato. In sintesi, le aziende hanno dovuto stravolgere le loro strategie, passando “dall'arte della guerra all'arte dei valori e dalla seduzione alla soddisfazione” della clientela. Ma questo passaggio dall'attacco alla condivisione di esperienze e interessi non è stato affatto semplice, e per molte imprese non si è ancora del tutto compiuto. **Philip Kotler**, il guru riconosciuto a livello mondiale come il **più grande esperto di marketing**, ideatore della famosissima teorizzazione sulle quattro “P” del marketing classico – **product, price, place e promotion** – ama spesso ribadire che questo concetto, da lui stesso coniato, ormai ha fatto il suo tempo. Il marketing “non aiuta più le vendite ma la produzione nel creare, distribuire e consegnare quello che serve al cliente e che il cliente vuole”. Il marketing non è più “l'arte di trovare modi intelligenti per sbarazzarsi di quello che si produce, (piuttosto) ma è l'arte di creare un autentico valore per il cliente”. Il cliente non è più un soggetto “di passaggio” a cui rifilare la merce, ma un “consorte” con il quale instaurare una relazione duratura. Gradualmente, le aziende stanno abbandonando la tradizionale concezione industriale del “make

and sell” (produci e vendi) per accogliere il nuovo dictat del “**sense and respond**” (ascolta e produci). Lo scorso ottobre a Milano, durante l'annuale Philip Kotler Marketing Forum (PKMF), lo studioso, classe 1931, originario di Chicago, ha sedotto il pubblico con oltre due ore di lezione su come, in futuro, il marketing, insieme all'innovazione, rappresenterà l'unica via possibile per la crescita del business, soprattutto nell'era digitale della new economy.

IL MARKETING “LEAN”

La centralità assunta oggi dal consumatore, in un ambiente molto competitivo, ha spinto il marketing a essergli sempre più vicino, per mantenere un rapporto di empatia in grado di generare risposte coerenti ai suoi nuovi bisogni. Il tema del lean marketing risponde, infatti, alla necessità di garantire la sostenibilità dei processi di produzione, ma forse ancora di più a una richiesta di trasparenza, di autenticità e di schiettezza che nasce dal rapporto, sempre più diretto, tra le imprese e le persone attraverso la rete e i social media. **Marketing + innovazione, la formula quindi, secondo Kotler, per la crescita del business.** “Il business cresce attraverso il valore e il marketing è quella componente che aiuta a esprimerlo nell'economia”, è la lezione di Kotler sul palco di Milano. Una formula dove l'innovazione, ha spiegato Kotler, deve essere considerata come disciplina della creatività e deve rappresentare “la capacità di creare qualcosa che abbia un valore per qualcun altro”, mentre il marketing va calato in un contesto azien-



Philip Kotler

dale dove si possa modellare una organizzazione basata sul cosiddetto CCDV: create, communicate, deliver, value. Soprattutto sul fronte “value” oggi il CMO (Chief Marketing Officer ndr) dovrebbe lavorare a stretto contatto con il CFO (Chief Financial Officer ndr): cosa che in realtà accade molto raramente”.

La relazione tra CMO e CFO spesso si riduce a un mero “check” nel processo di definizione del prezzo di un prodotto o di un servizio che l'azienda dovrebbe immettere sul mercato, pilastro del modello di marketing basato sulle 4P (Product, Price, Place, Promotion) che però lo stesso Kotler ha definito obsoleto.

IL MARKETING DELLE 4P È VECCHIO: È ORA DELLE 5C

“Molte persone pensano che il marketing sia lo strumento di supporto delle vendite, attraverso advertising e promozione – ha spiegato Kotler –. In realtà, il marketing permette di identificare i target e il mercato ed è quella disciplina che attraverso l'analisi e il planning permette di “dare vita” al CCDV, cioè crea, comunica e rende disponibile a una community un valore superiore. Il marketing aiuta l'azienda (non solo le vendite) a scoprire nuove opportunità di mercato e di business, nonché a identificare



Germinal

BIO



Due nuovi snack bio e golosi per il vending!

Il mercato chiede sempre più prodotti golosi e biologici:

noi li abbiamo realizzati!

Lasciati tentare dalla cremosità del cacao e dalla raffinatezza del mirtillo:
tutto il gusto del bio in un morso!

germinalbio.it

i bisogni e i desideri insoddisfatti di una determinata clientela”.

Una visione che mette quindi definitivamente in cantina il vecchio modello delle 4P per lasciare spazio alle nuove teorie che vedono il marketing basarsi sui pilastri delle 5C: **Customers, Company, Collaborators, Competitors, Context**.

COME VALORIZZARE IL DATA BASE

“Le aziende devono capire che nella digital era, nella new economy, anche il marketing deve evolvere partendo dal riconoscere che oggi qualunque tipo di comunicazione, ricerca, acquisto, condivisione passa attraverso uno smartphone – puntualizza Kotler – . Le persone sono connesse a livello globale e possono essere influenzate in molti modi differenti, non più solo attraverso l’advertising”.

Per le aziende significa poter accedere a una miriade di dati nuovi di cui un singolo utente lascia traccia attraverso differenti touch point (acquisti con carta di credito, richiesta di informazioni, ricerca sui motori di ricerca online, chat con help desk, conversazioni sui social media, ecc.). *“È il momento degli Analytics 2.0 – dice Kotler – grazie ai quali poter collezionare, correlare, analizzare e avere informazioni da grandissime moli di dati in real-time e avviare così strategie di marketing automation che tengano conto del contesto, delle abitudini, delle preferenze e delle conversazioni degli utenti”.*

Nella visione di Kotler, il lean marketing si concretizza con l’utilizzo corretto delle tecnologie che permet-

tono di ottimizzare gli sforzi delle attività di marketing massimizzando i risultati. In particolare, il CMO deve concentrare gli sforzi su questi pilastri:

- ✓ **mobility:** ricordarsi che oggi i consumatori prendono decisioni e compiono azioni attraverso un unico oggetto, lo smartphone;
- ✓ **dati:** non ci si può più limitare ai dati delle vendite, anche se analizzati in tempo reale; i dati a disposizione per prendere decisioni più accurate vanno cercati su tutti i canali che permettono a un brand di comunicare, relazionarsi, interagire e ingaggiare un utente;
- ✓ **social network e community:** sono i tasselli fondamentali per la comprensione dei desideri e delle aspettative dei clienti nonché per la loro fidelizzazione;
- ✓ **contenuti:** l’advertising puro da solo non basta più, serve creare un senso di appartenenza negli utenti attraverso storie ed esperienze inclusive, emozionanti, capaci di attrarre e trattenere a sé un utente nonché mantenere elevata la reputazione del brand;
- ✓ **marketing automation:** la componente tecnologica che meglio esprime il valore del lean marketing e la sua efficacia, strettamente connessa ai dati, senza i quali rimarrebbe un mero strumento e non una strategia di azione);
- ✓ **qualità del servizio:** da sempre fondamentale nelle strategie di marketing, con il consumatore al centro diventa elemento differenziante del business.

A proposito del punto 4 sui contenuti, come ha spiegato di recente su **“IlSole24Ore” Simone Lovati di Cerved On** *“le imprese di ogni dimensione e di ogni settore sono in possesso di un’enorme quantità di dati. Gli archivi, più o meno organizzati e aggiornati, costituiscono un patrimonio dal potenziale notevole. Alcune imprese non ne fanno buon uso, altre non ne hanno nemmeno coscienza. Perché? Ci si è occupati di contenitori, meno di contenuti. I contenitori sono migliorati nel tempo, i contenuti si sono accumulati in modo non omogeneo: le guideline di archiviazione sono state poco seguite, l’utilizzo del dato non è mai entrato veramente nella cultura aziendale. Inoltre, a fronte di poca qualità, c’è troppa quantità perché conservare informazioni è un comportamento consolidato: si salvano sempre più numeri, più processi, più dati. A mio avviso questo è un limite che le nostre imprese possono e devono superare.*

Avere visione di insieme significa abbattere le barriere dei data silos aziendali. Tutti i dati devono essere parlanti e direttamente connessi con gli ecosistemi digitali per trarre valore dalle interazioni con gli stakeholders.

Il valore del dato non è il numero puro: è la gestione, l’organizzazione, la contestualizzazione, il commento, la validazione e l’abilitazione. *PMI e big-enterprise hanno allo stesso modo, pur con le dovute proporzioni, l’opportunità di fare business coi dati in loro possesso. Oltre l’opportunità c’è la criticità della gestione: l’impianto normativo oggi responsabilizza il manager, perché la conservazione è obbligatoria e la compliance non è eludibile. Nella struttura aziendale chi deve avere questa responsabilità? Il nuovo marketing. Chi vende deve farsi trovare dal consumatore già informato. Non basta raggiungere il consumatore ma occorre prevederne e gestirne l’intenzione. Questo scenario dà una nuova fisionomia e una nuova vita al marketing. Perché il marketing grazie ai dati può diventare la centrale di intelligence che indirizza le scelte dell’impresa”.*

Fonti usate per l’articolo: Digital



ARISTEA
L'ECCELLENZA

www.fxcommunication.eu



ARISTEA
vending

www.aristeaspa.it

ECCHO LA SERIE ORCHESTRA DI EVOCA



Evoca Group presenta Orchestra, la **nuova serie "impulse"** del marchio Necta.

La prima cosa che colpisce della serie Orchestra è **l'eleganza del design**: sul cabinet in metallo nero spicca l'area interfaccia in alluminio anodizzato con cornice diamantata. Il nuovo modello Orchestra ospita un ampio display grafico a colori e una tastiera numerica capacitiva, mentre **Orchestra Touch** propone uno schermo tattile e intuitivo attraverso il quale è possibile non solo selezionare il prodotto desiderato ma anche consultare informazioni nutrizionali, promozioni e vedere video e spot.

Sempre in termini visivi, si nota

a colpo d'occhio quella che è la principale novità introdotta da Orchestra: **la trasparenza dei vassoi** che, insieme all'interno bianco della cella, conferisce alla vetrina **un'altissima luminosità** (+60% lux rispetto alla gamma Samba).

I vassoi sono la componente dove si concentrano le principali innovazioni tecnologiche della nuova serie Orchestra, tutte finalizzate a garantire un incremento delle vendite all'operatore e più scelta per l'utente.

Il nuovo vassoio **VisioShop** e il sistema di sgancio/aggancio rapido Vertical Flex System garantiscono un'estrema flessibilità di configurazione. Il nuovo vassoio presenta una modularità che, in poche e semplici mosse, può passare da 8 a 10 selezioni singole – o da 4 a 5 selezioni doppie – arrivando a **ospitare fino a 38 prodotti snack in più a vassoio**. Inoltre, la facilità di posizionamento dei vassoi all'interno della cella e la loro robustezza consentono di prevenire qualsiasi deformazione anche in caso di carico pesante e prolungato, con il massimo peso supportato che può raggiungere i 53 Kg.

Necta ha prestato particolare attenzione anche al **fattore ambientale** presentando interessanti novità. La serie Orchestra, infatti, offre massimi livelli di **efficienza energetica**, grazie a una serie di componenti che garantiscono consumi ridotti fino al 56% rispetto ai modelli precedenti.

Le eccellenti performance di compressore ed evaporatore compatti e l'isolamento tramite schiumatura del cabinet consentono di ridurre il tempo di ripristino della temperatura (pull down) all'interno della cella di circa il 30%.



ARRIVA "MY GUI" DI EVOCA



Da luglio è disponibile **My GUI**, il tool sviluppato da Evoca per la personalizzazione dell'interfaccia grafica di Maestro Touch.

My GUI permette di cambiare gli aspetti grafici utilizzando **"template" preconfigurati** (Green, Coffee e Tecnologico), oppure modificando l'interfaccia "step by step". Il gestore può cambiare direttamente logo e sfondo e ha la possibilità di scegliere un'opzione di interfaccia che permette la selezione della bevanda attraverso una navigazione più coinvolgente.

Come funziona

My GUI consente di modificare in modo intuitivo i testi e i colori presenti all'interno dell'interfaccia. Inoltre, il tool permette di personalizzare le nuove sezioni introdotte con **Maestro Touch** (per esempio la funzione **"Oggi mi Sento"**) attraverso bevande dedicate in funzione dello stato d'animo dell'utente. Anche la schermata di erogazione, solitamente vissuta dal consumatore come un tempo "morto", diventa un momento piacevole di intrattenimento grazie all'inserimento di video e giochi dedicati.

Per usare My GUI **non occorrono competenze informatiche specifiche**: il gestore compie le modifiche direttamente tramite il software e vede il risultato in tempo reale sull'interfaccia a PC garantita da Maestro for Windows. Questo aumenta la percezione reale della modifica e ne garantisce immediata applicabilità sul campo, attraverso l'esportazione del pacchetto grafico da My GUI e l'importazione in macchina.

Questa ricerca della semplicità ha ispirato anche il nome dell'applicativo, che riprende la tipica espressione inglese di compiacimento per il raggiungimento di un obiettivo da parte di una persona: **"That is my guy"**.



Galbusera

PERCORSO SALUTE®

NOVITÀ

Abbiamo rivoluzionato la colazione e la pausa on the go.

Galbusera presenta l'innovativa linea BelleBuone:
un modo tutto nuovo per gustare la frutta secca e i semi.

Fette spesse

Snack sottili



Con fichi, nocciole
e semi di zucca.



Con mirtilli rossi,
mandorle, semi di zucca
e semi di lino.



Con fichi, nocciole
e semi di zucca.



Con mirtilli rossi,
mandorle, semi di zucca
e semi di lino.

PER UNA PAUSA BUONA ED EQUILIBRATA.

Scopri di più su galbusera.it

ACQUISIZIONE DI ORASESTA IN ROMANIA



Il Cda di Orasesta S.p.A. annuncia che giovedì 1° agosto 2019 a Bucarest è stato perfezionato il **closing di un'importante operazione** che, attraverso una due diligence condotta dal M&A Department in collaborazione con l'advisor Boscolo&Partners Consulting, ha permesso al gruppo lombardo di acquisire il controllo di **Nova Prompt S.r.l.**, società leader nei servizi di ristoro a mezzo distributori automatici in Romania. Il know-how quarantennale di Orasesta, unitamente alla profonda conoscenza del mercato romeno del fondatore di Nova Prompt, Valentin Miscoci – che continuerà a detenere un'importante quota della società – permetteranno alla neoacquisita di rafforzare la leadership nazionale.

La società romena conta circa 200 collaboratori, 4.000 distributori automatici installati e opera col marchio Coffee Selection. Ha sede centrale a Bucarest e filiali a Pitesti, Slatina, Craiova, Targu Jiu, Alexandria, Ploiesti e Brasov, attraverso le quali è in grado di servire capillarmente la capitale e le regioni limitrofe.

Nel 2018 Nova Prompt ha superato i 10 milioni di Euro di fatturato e nel 2019 sta registrando una crescita dei ricavi di oltre il 20% rispetto all'esercizio precedente.

A seguito di questa operazione il Gruppo Orasesta raggiunge un organico di 600 collaboratori e un volume d'affari di 90 milioni di Euro di cui 70 in Italia e 20 in Romania.

BAHLEN LANCIA PICK UP! TRIPLE CHOC



Arriva nel Vending una novità: un'edizione limitata di **Bahlsen della linea PiCK UP!**

Il nuovo gusto **Triple Choc** è perfetto per la stagione autunnale ed è ideale soprattutto per il periodo del ritorno a scuola.

PiCK UP! Triple Choc è una tavoletta di cioccolato al latte con ripieno di crema al cioccolato tutta racchiusa tra due biscotti al cioccolato. Un **prodotto "premium" per il Vending**, che segue il trend del periodo invernale, caratterizzato da gusti più ricchi di cioccolato, e che gode di grande visibilità nel distributore automatico grazie ai colori brillanti e in contrasto.



YOVI DI LATTERIA MERANO PER IL VENDING



Latteria Sociale Merano – azienda altoatesina da oltre 50 anni leader nella produzione di yogurt di alta qualità – lancia **Yovi**, la **nuova linea di drink yogurt** pensata per il Vending.

*“Realizzato con latte 100% dell'Alto Adige, Yovi contiene 10 miliardi di fermenti lattici vivi “L. Casei” e il 30% di zucchero in meno rispetto alla media dei prodotti simili presenti sul mercato – spiega Latteria Sociale Merano – . Le vitamine B e D presenti in questo prodotto aiutano il **buon funzionamento del sistema immunitario**; i fermenti lattici vivi regolano l'attività intestinale e il **30% di zucchero in meno**, equiparabile a -2 zollette per bottiglietta, permette di ridurre drasticamente il consumo”.* Yovi è disponibile nel canale Vending nel **formato da 200 ml** nei seguenti gusti:

- Banana; Carota e Arancia; Fragola; Frutti di Bosco
- Lime e Zenzero; Ribes, Mirtillo e Melograno; Pesca.

CONTI POSITIVI PER CAFFÈ BORBONE



I ricavi del primo semestre di Caffè Borbone hanno confermato un **andamento positivo (+28%)**, raggiungendo **85,9 milioni di Euro**, mentre l'utile operativo lordo, a 25,1 milioni, è aumentato di circa il 45% rispetto al primo semestre 2018. **L'utile del periodo è stato di 14 milioni.** L'indebitamento finanziario netto è stato di 46,5 milioni, in miglioramento di 4,7 milioni rispetto al 31 dicembre 2018, dopo il pagamento di un dividendo di 8 milioni agli azionisti.

E' quanto emerge dalla relazione semestrale di Italmobiliare, la holding del Gruppo Pesenti relativamente alla partecipata Caffè Borbone.

In generale, spiega una nota, i primi sei mesi hanno visto ulteriori importanti aumenti nelle vendite di capsule e cialde di caffè, che, accompagnate da una campagna pubblicitaria di alto profilo, hanno consentito al **Gruppo Caffè Borbone** di rafforzare la propria posizione di leader del settore. In particolare, le prestazioni delle capsule compatibili Nespresso e A Modo Mio hanno continuato a essere molto positive, insieme al recente lancio del sistema Dolce Gusto.

Una forte crescita è stata registrata nel commercio al dettaglio e in alcuni canali online e anche l'attività nella grande distribuzione ha continuato ad espandersi.

CDA ALIMENTA L'ECONOMIA LOCALE

Ci sono la confezione di stracchino con i grissini, il succo e la purea di mela, il formaggio Montasio monodose, lo yogurt da bere. Sono alcune delle referenze che **CDA Cattelan Distributori Automatici** quotidianamente distribuisce nelle sue aree pausa e che hanno una caratteristica comune: sono tutte prodotte in Friuli Venezia Giulia da aziende con le quali CDA ha avviato delle collaborazioni per offrire alimenti che hanno l'autenticità del territorio e sono nuove per il Vending.

Il totale dei pezzi provenienti da diversi paesi della regione (considerando snack o bibite) erogati da CDA nel 2018 è stato di 1.300.000.

È il caso, ad esempio, del succo e polpa di mele della **Pomis di Mortegliano** (in provincia di Udine e a soli 7 km da Talmassons, dove ha sede la Cattelan Distributori Automatici) che prima del progetto sviluppato con CDA non era presente nel Vending, mentre ora sono 7 gli articoli di Pomis distribuiti, più la linea di purea di frutta al 100% "Mirinde". Sono tutti alimenti biologici, senza OGM e glifosati, trattati con soli concimi naturali, privi di residui fitosanitari secondo quanto prevede il manifesto "Pomis Green" che per la produzione di filiera include il risparmio idrico, la riduzione delle emissioni di CO2 ed il recupero del materiale da imballo.

Con **Venchiaredo**, la realtà friulana conosciuta per la produzione di formaggi freschi provvisti del marchio AQUA – Agricoltura, Qualità, Ambiente – è stata messa a punto la monodose di stracchino abbinato ai grissini. Lo stesso vale per il monodose di **formaggio Montasio della Latteria di Visinale** (di Pasiano di Pordenone), proposto con i grissini lavorati a Carpacco di Dignano, o per il Frico Savio di Magnano in Riviera (UD).

Da Porcia, in provincia di Pordenone, arrivano invece i **panini de "L'Albero dei Sapori"** prodotti dalla DAP: alle ore 6.30 di ogni mattina, freschi di giornata sono consegnati nella sede di CDA per essere caricati entro le 10 nei distributori dei clienti in relazione agli ordinativi di riassortimento ricevuti. Tra le collaborazioni eccellenti dell'area pordenonese, anche quella con **l'Acqua Dolomia di Cimolais**.

Il focus su prodotti locali non si limita all'ambito del freddo: anche il distributore del caldo si caratterizza per la selezione di partner del Friuli Venezia Giulia. Il più importante è sicuramente Oro Caffè.



LA PIZZA NAPOLETANA NELLE VENDING MACHINES



L'azienda campana **J-MOMO**, nota per la produzione di pasta di alta qualità e piatti pronti, in collaborazione con una nota azienda produttrice di vending machines ha varato un progetto ambizioso. Un distributore automatico di **vera pizza napoletana**, fatta a mano da pizzaioli napoletani, con le stesse materie prime utilizzate dalle migliori pizzerie, cotta al forno a legna e immediatamente **surgelata a -40**. Il tutto realizzato secondo le regole del disciplinare di produzione della pizza napoletana originale.

La vending machine è corredata di una **colonna forni** che regolano il tempo di riscaldamento in modo automatico a seconda del gusto e di tipo di pizza selezionata.

Il menù: **gusti classici come la margherita e la marinara** e gusti con un tocco di creatività come la bufala e i pomodorini del Piennolo del Vesuvio. In tutto sono **16 i tipi di pizze** offerte dalle vending machines di J-MOMO.

"L'iniziativa – dice Maurizio Caggiano, amministratore unico della J.MOMO Italia – fa parte del progetto varato dall'azienda nel 2018 e denominato "I-eat" che prevede l'installazione di mense automatiche 24/24 e 7/7 giorni alla settimana destinate a essere utilizzate da aziende con mense senza cucina, comunità, luoghi pubblici, alberghi senza cucina, stazioni e negozi 24/24 e chiunque ne faccia richiesta purché esistano naturalmente i presupposti come i consumi minimi garantiti.

La pizza surgelata, così come i piatti pronti, saranno disponibili anche per le aziende di vending machines che ne facciano richiesta per la propria rete di distribuzione".

MONDELEZ COMPLETA L'ACQUISIZIONE DI PERFECT SNACKS

Mondelez International ha completato l'acquisizione della quota di maggioranza di **Perfect Snacks**, un produttore di barrette nutrizionali refrigerate con sede in **Sorrento Valley, California**. I termini finanziari della transazione non sono stati resi noti.

Mondelez prevede di gestire Perfect Snacks come un'azienda indipendente, supportandone la distribuzione e lo sviluppo dei prodotti.

"L'acquisizione della maggioranza di Perfect Snacks espande ulteriormente la nostra posizione nel mercato degli snacks, compresi anche i segmenti in rapida crescita dell'healthy", ha dichiarato Glen Walter, vicepresidente esecutivo e presidente Nord America per Mondelez International.

La linea di Perfect Snacks include le **barrette proteiche Per-**



fect Bar e i prodotti per bambini. Nel 2018 l'azienda aveva generato circa **70 milioni di dollari di vendite**.

Lo scorso aprile Mondelez aveva acquisito una quota di minoranza di **Hu Products e Hu Kitchen**, New York, aziende di snack che si ispirano ai nuovi trend della dieta "paleo". A marzo Mondelez aveva acquistato, inoltre, una partecipazione di minoranza in Uplift Food, start-up focalizzata sugli alimenti funzionali prebiotici.

NUOVE REFERENZE PIÙGUSTO DI SAN CARLO

Più Gusto di San Carlo diventa un brand e lancia un nuovo gusto "limited edition" e due referenze nel campo degli snack. I prodotti nascono dalla ricerca di sapori e aromi conosciuti amolti ma raramente provati su una chips.

La linea Più Gusto si arricchisce così di un nuovo prodotto: **Paprika e Mango**, una limited edition nata dalla combinazione tra il sapore dolce e fruttato del mango e l'aroma lievemente piccante della paprika.

Un'altra new entry si aggiunge ai prodotti del brand Più Gusto.

Parliamo della **nuova linea di snack a base di mais** per gli amanti dei sapori decisi:

- Nacho Cheese nasce dal mix di formaggi fusi uniti al mais.
- Sour Cream, dal gusto rotondo che ha ispirato la forma di questo snack, è il risultato dell'unione tra il mais e la famosa panna acida americana, dal sapore morbido e leggermente aspro.



LE BATTERIE PER I FRIGORIFERI DEI FURGONI VENDING

L'azienda Green Battery propone una soluzione per l'alimentazione dei frigoriferi nei veicoli commerciali del settore Vending. Come? Attraverso l'**Ebox**, un sistema storage composto da batterie al litio, che garantisce una massima efficienza per un **arco temporale di 10 anni** e con un'autonomia testata **fino a 10 giorni** (Ebox 3500 con pannello fotovoltaico).

L'autonomia è, inoltre, integrabile con un pannello fotovoltaico fissato sul tetto del veicolo, che darà modo all'operatore di ricaricare il proprio Ebox grazie all'energia solare.

Il sistema, composto da Ebox storage e pannello fotovoltaico, è dotato gratuitamente di **app dedicata** che fornisce lo stato di carica dello storage, la potenza di alimentazione del frigorifero e la produzione del pannello fotovoltaico. Ebox è disponibile nelle versioni 1.200W, 1.700W, 2.500W e 3.500W, ma è completamente personalizzabile.



SANPELLEGRINO: FATTURATO A 928 MLN



SANPELLEGRINO

Sanpellegrino ha chiuso il 2018 con un fatturato in crescita del 4% a **928 milioni di Euro**, di cui il 56,9% all'estero. Proprio le esportazioni sono cresciute dell'8%, con punte del 25% nel Regno Unito, del 19% in Francia e del 18% in Germania e in Cina.

Gli Usa si confermano, invece, il primo Paese per importanza, con una **crescita del fatturato del 12%**.

Secondo il presidente e amministratore delegato Federico Sarzi Braga i risultati "ribadiscono l'apprezzamento della qualità, dei valori e dello stile di vita italiano portati dai nostri prodotti sulle tavole di tutto il mondo. La nostra famosa acqua con la stella rossa, che quest'anno celebra 120 anni di storia rappresenta un successo tutto italiano, simbolo del nostro modo di fare impresa".

Nel 2019 il Gruppo Sanpellegrino punta a "sviluppare ulteriormente anche Acqua Panna, che ha superato i 300 milioni di bottiglie vendute nel mondo".

AL FONDO ITALIAN STRATEGY IL 73% DI FOODNESS.



Strategy, il nuovo fondo di private equity di **Riello Investimenti Sgr**, ha acquisito il 73% di **Foodness S.p.a.**, leader nel settore dei prodotti solubili “Free From” alternativi al caffè, (ginseng, orzo, creme gelato, the, infusi, ecc.), distribuiti nei canali Ho.Re.Ca., **Vending** e GDO.

Il resto del capitale è ripartito tra i fondatori della società (Paolo Fermi, Franco Lusetti e Alberto Andrei) – che manterranno anche le loro rispettive posizioni manageriali – Mario Muttoni e Roberto Venturi degli Esposti – entrambi con un background più che ventennale nell’Ho.Re.Ca. – e un club deal di investitori privati organizzati da Pigreco Corporate Finance, Giovanni Bertini e Arabella Caporello.

Dal lancio del brand Foodness, avvenuto nel 2014, le vendite hanno registrato **tassi di crescita del 40%** (Cagr15-18), guadagnando consistenti quote di mercato e diventando presto il co-leader nei prodotti alternativi al caffè con più di 17.000 bar e ristoranti serviti in tutta Italia.

Foodness ha realizzato nel 2018 19,1 milioni di Euro di ricavi e un Ebitda di 3,1 milioni, con un debito finanziario netto di 6 milioni

Fonte: <https://bebeez.it>

NUOVA CERTIFICAZIONE PER INGENICO

ingenico GROUP

Ingenico Italia comunica che l’applicazione di pagamento **CB2** è stata certificata per lo standard PCI P2PE (Point-to-Point Encryption) su tutte le famiglie di prodotto, inclusi i sistemi self-service, i terminali mobile POS e le PIN Pad per il Retail, tra cui la **nuova Lane3000**.

Ingenico Italia è l’unica società nel nostro Paese ad avere una **sede certificata PCI P2PE e PCI PIN** per la gestione sicura dei terminali sin dalle fasi iniziali di approntamento dei device. Grazie a queste nuove certificazioni, tutti i clienti di Ingenico, sia banche che retailer, possono beneficiare di una gestione end-to-end dei terminali POS conforme ai massimi livelli di sicurezza, nonché ridurre i rischi di frodi e i costi della compliance PCI.

I terminali Ingenico possono ora essere dotati di applicazioni di pagamento con la sicurezza end-to-end certificata dal PCI Security Standards Council, che identifica i requisiti che una soluzione di pagamento deve soddisfare per essere **accettata come “sicura”** in ogni ambiente operativo, anche quando include dispositivi “di mercato” non sicuri.

I DISTRIBUTORI AUTOMATICI DI PELLETTA

“Rivolgiamo da molti anni la nostra attenzione verso i **distributori automatici con riciclo del packaging**. Oggi, però, è sempre maggiore l’esigenza di coniugare il business con lo spirito ecologico. Ciò ci ha condotto a realizzare il primo distributore automatico di biomasse sfuse (DAb)”. Sono le parole di **Lorenzo Guglielmetti**, illuminato imprenditore, che sostiene un sistema di “Vending green” per la Distribuzione Automatica di pellet.

Un buon investimento quello di acquistare un DAb: “**Aggiungerai un investimento che si ripaga in pochissimi mesi solo considerando la vendita del pellet**. A questo vanno aggiunti altri enormi vantaggi come l’iperammortamento del 270% consentito dal Decreto Industria 4.0 e la possibilità di introiti derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari sul monitor del distributore stesso. I costi di gestione sono pressoché nulli e un software all’avanguardia consente di gestire da remoto tutte le funzionalità della macchina”.

“Ma soprattutto – aggiunge Guglielmetti – si tratta di una **grossa opportunità da cogliere in fretta** cavalcando l’attuale tendenza del mercato prima che lo stesso si saturi. Proprio per questo **il DAb viene assegnato in esclusiva territoriale** eliminando completamente la concorrenza nella propria zona di competenza”.



LUCKIN COFFEE SFIDA STARBUCKS

A **Wall Street** lo scorso venerdì 17 maggio c’è stato qualcuno che ha brindato con un caffè. La società cinese **Luckin Coffee**, principale rivale asiatica della **catena Starbucks**, si è quotata sul listino di New York e ha visto crescere il valore delle sue azioni del 52,7% durante le contrattazioni.



La società, nata a Pechino nel 2017, è riuscita a **raccogliere 570 milioni di dollari** dalla vendita delle sue azioni, portando-si a un valore di mercato che si aggira attorno ai **4 miliardi di dollari**.

La sfida agli americani di Starbucks è così ufficialmente aperta. Luckin Coffee ha oggi **circa 2.400 negozi** in 28 città cinesi, e punta a raddoppiare questo numero nei prossimi anni per superare il colosso mondiale del caffè, che dal 1999 ha creato in quel Paese oltre 3.600 punti vendita.

Ma a impressionare è soprattutto la rapidità con cui cresce la compagnia di Pechino, avendo già messo a segno una diversificazione che la porta a offrire nei suoi negozi anche **cibo e altre bevande**. Inoltre, l'azienda punta tanto sui servizi di consegna, che permettono al cliente di ordinare tramite app e di ricevere il proprio caffè in circa 20 minuti.

Una strategia che riguarda anche **prezzi e sconti**. Secondo quanto afferma il direttore vendite di Luckin, Teresa Wang, riportate da CNN, *"un caffè da Starbucks costa circa 40 yuan (6 dollari). Noi usiamo molti coupon, e con gli sconti arriviamo anche a 20 yuan"*.

Non manca, però, la **nota dolente dei saldi negativi**. La compagnia cinese ha registrato perdite, infatti, per circa 85,3 milioni di dollari nei primi tre mesi di quest'anno e ne ha persi quasi 475 milioni dal 2017 e 241 nel 2018.

Starbucks detiene in Cina una quota di mercato superiore al 50%, mentre **la fetta di Luckin si aggira attorno al 2,1%**. Senza contare che anche Starbucks si è lanciata nel delivery, siglando una partnership con Alibaba.

Fonte: www.wired.it

CARLI ENTRA NEL VENDING

Fratelli Carli, uno dei fenomeni "nazionali" della gastronomia di qualità, ha scelto Monza, nei mesi scorsi, per aprire uno dei suoi 11 negozi "reali" che vanno ad aggiungersi alle vendite per corrispondenza e online. **"Digical"**: così la società ligure ha battezzato il nuovo progetto allo stesso tempo digitale (digital) e fisico (physical), grazie a cui comprare presso un **distributore automatico di prodotti freschi e molto di più**. Si chiama **"I Freschi dell'Emporio"** ed è una macchina attiva 24 ore su 24 che offre tipici piatti liguri. Un progetto sviluppato da **Softec**, una digital platform company quotata su AIM Italia. I clienti possono acquistare i prodotti 24 ore su 24, 7 giorni su 7,



interagendo con una **connected vending machine** di ultima generazione. Con uno **schermo touchscreen** ad alta definizione di 46 pollici, oltre *"a fornire un pasto al volo, la vending machines offrirà a breve anche la possibilità di effettuare ordini online con la scelta tra consegna a casa o ritiro presso l'emporio"* con l'aggiunta della possibilità di portarsi via con *"ogni scheda prodotto e alcune ricette semplici da preparare che l'utente può scaricare semplicemente inquadrando un QR Code con il proprio smartphone"*.

BRITA FA FORMAZIONE SU ACQUA E CAFFÈ



Si fa sempre più salda la collaborazione tra **Brita** e la **Coffee Training Academy** di Davide Cobelli, eccellenza italiana per la formazione dei professionisti nel settore caffè.

Lo scorso 10 luglio si è, infatti, tenuto a **Verona** un workshop congiunto sull'acqua per il caffè: affiancato dai formatori della Coffee Training Academy, **Enrico Metti, Sales Director Professional Products di Brita Italia**, ha tenuto una lezione sull'acqua per il caffè, con un focus sulle diverse tipologie di acqua e su come essa influisca sul caffè espresso e sugli altri metodi di estrazione.

"È conclamato l'interesse che i protagonisti del settore hanno nei confronti del trattamento dell'acqua che è, a tutti gli effetti, il principale ingrediente di ogni buon caffè – commenta Metti – . L'obiettivo del trattamento dell'acqua è, infatti, quello di raggiungere la composizione ideale che esalti le caratteristiche dei prodotti in estrazione e, allo stesso tempo, protegga la macchina dal calcare".

Davide Cobelli è trainer, barista e International Sensory Judge presso World of Coffee Events.



Il “diversamente Vending” di Frescofrigo raccoglie investitori

La sfida nel delivery alimentare della startup che ha creato una nuova forma di Distribuzione Automatica a Km Zero dotata di tecnologia di lettura dei prodotti scelti dai clienti. Il fondatore Enrico Pandian: “Amazon Go ci ha aperto la strada”



La startup che produce **distributori automatici “di nuova generazione”** FrescoFrigo ha raccolto un nuovo round di investimento da **260 mila Euro**. Lo hanno sottoscritto a luglio l’incubatore Digital Magics e la rete di “business angel” Club degli Investitori. Quest’ultimo sarà rappresentato in FrescoFrigo dai due “champion” Marco Pandoli e Carlo Anfossi.

Si tratta del terzo round per la startup, dopo quello da **1,2 milioni di Euro** del maggio scorso – sottoscritto da Mega Holding, Futuro Investimenti, Embed Capital, Metrica Ventures, Wonder, Epta e Andrea Dusi – e il round seed da 500 mila Euro dell’ottobre 2018 sottoscritto da Giorgio Ponticelli (con un passato in Just Eat), Embed Capital, Wonder, Pariter Partners, Metrica Ventures e Pyramid.

I nuovi fondi daranno un’importante autonomia economica alla startup, che ha l’obiettivo di portare entro l’anno **200 frigoriferi FrescoFrigo** (7 sono già operativi) negli uffici (con almeno 150 dipendenti), palestre, università, ospedali, business hotel e location eventi, tutte installate a costo zero.

Fresco Frigo lavora nell’ambito dell’healthy food e vuole sviluppare un **nuovo concetto di retail di prossimità**.

Il suo obiettivo è distribuire in una **vending machine a Km Zero** cibo fresco, di alta qualità e prodotto da un fornitore riconoscibile, come ad esempio un ristorante, che disti al

massimo 500 metri dalla food machine, con refill giornaliero entro le ore 10.30 della mattina e ritiro dei prodotti in scadenza. La startup risponde alle esigenze di un mercato che si allarga per venire incontro alle scelte più salutiste in campo alimentare e ai problemi di logistica nelle ore di punta per la consegna del cibo a domicilio.

Fresco Frigo punta a diventare una **“terza piazza”**, aggiungendosi ai ristoranti e alle app del delivery food. *“I ristoranti che venderanno i loro piatti si troveranno al massimo a 500 metri di distanza da un Fresco Frigo. Il cliente – afferma la start-up – potrà riconoscere quel cibo perché magari lo ha già provato. Non vogliamo creare un nuovo marchio o una nuova linea food, ma noleggiare la vending machine a chi già fa piatti di questo tipo”*.

I fondatori

FrescoFrigo nasce da due founder di lungo corso: **Enrico Pandian** – startupper seriale, ideatore e fondatore di Supermercato24 e Checkout Technologies (solo per citare alcuni dei suoi ultimi successi) – e **Tommaso Magnani**, fondatore di **GoodAppetito** e con una specializzazione in psicologia della soddisfazione dei consumatori digitali. *“I numeri del delivery food italiano sono in costante crescita, 11% annuo, per un valore di 2,4 miliardi, e le persone che mangiano fuori casa sono oltre 7 milioni, praticamente assumiamo sempre di più cibo che non cuciniamo e la quali-*

tà degli alimenti diventa indispensabile per migliorare il benessere delle persone. A questa esigenza risponde FrescoFrigo”, dichiarano Pandian e Magnani.

Grazie alla tecnologia innovativa di cui sono dotate queste vending machine, **il fornitore-ristoratore può monitorare lo status del frigo**, modificare il refill in base al gradimento dei singoli prodotti e migliorare così l’offerta, personalizzandola in base alle preferenze dei consumatori.

La complessità dell’inventario degli alimenti, dai 140 ai 200, differenziati per i vari momenti della giornata, e le procedure di acquisto e pagamento sono gestite da dispositivi integrati capaci di **leggere l’RFID dei cibi** (identificazione di informazioni automatica collegata a etichette elettroniche), mentre i consumatori grazie all’app FrescoFrigo gestiscono il wallet digitale (pagamenti e inserimento dei ticket restaurant digitali), sbloccano la porta del frigo e scelgono cosa mangiare. Il sistema rileva l’operazione e addebita al cliente il costo del prodotto.

Quanto rende?

Il ricavo annuo per ogni frigo è stimato in **50mila di Euro**. Ogni gestore sostiene il costo di acquisto iniziale del frigo personalizzato (circa 900 Euro), un **noleggio mensile** e le **revenue sul venduto**.

Info: <https://bebeez.it/>

PRATICA NATURALE ECOLOGICA

Paletta 100% legno

