

magazine **hostel** vending

Año IX

julio - agosto 2009 n° 48 revista gratuita

Toda la actualidad del vending en www.hostelvending.com - El primer diario digital de la distribución automática



el vending en tu mano, www.hostelvending.com,
más de 19.000 páginas visitadas al mes

www.hostelvending.com

Consiga mayores ventas con una mayor aceptación



¿Está perdiendo ventas? MEI ha lanzado una versión europea del validador de billetes más popular del mundo. El CashFlow® 2000 ofrece una incomparable tasa de aceptación de billetes de pobre calidad, lo que es particularmente importante con los billetes de 5 y 10, que suelen ser los que sufren mayor deterioro por su intenso uso. Nuestras pruebas han demostrado que se consigue un aumento en las ventas simplemente gracias a la alta tasa de aceptación. Ahora tiene la oportunidad de comprobarlo por sí mismo. En MEI confiamos que el coste de la instalación de un CashFlow® 2000 se recupera en cuestión de unas pocas semanas. Acepte el reto y llame al 91 749 75 16 para más información.

Quality, Innovation & Reliability

mei®

MEI UK International Ltd.
Unit 51-52 Suttons Business Park, Suttons Park Avenue, Reading, Berkshire RG6 1AZ
Tel: +34 91 749 75 16 Email: sales.europe@meigroup.com Web: www.meigroup.com



EDITA:
HIPALA COMMUNICATIONS S.L



DIRECCIÓN
Alvaro de Laguno
alvaro@hipala.es



**INTERNATIONAL
AREA MANAGER**
María Angelova
maria@hipala.es

ADMINISTRACIÓN

Cristina Hijano
cristina@hipala.es

Antonio Leiva
antonio@hipala.es

JEFE DE REDACCIÓN

Francisco de Borja González
redaccion@hipala.es

REDACCIÓN

Raúl Candela
redaccion2@hipala.es

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Santos Andrés
publicidad@hipala.es

Antonio Campos
imagen@hipala.es

MATERIAL FOTOGRÁFICO

www.istockphoto.com
www.fotolia.com

PUBLICIDAD & PRODUCCIÓN

HIPALA COMMUNICATION S.L.
Ferrocarril del Puerto 8, Ofic. 18
29002 Málaga (Spain)
Telf/Fax :(+34) 952 33 87 51
www.hostelvending.com
info@hostelvending.com

Tirada 15.000 Ejemplares
Depósito Legal MA-1140-2001



Indice de anunciantes

hostel vending

09/48

AQUATIK DISTRIBUTION AUTOMATIQUE	48
CAPRIMO DE BARRY CALLEBAUT	19
COFFEE SOLUTIONS	49
COGES SPA	31
EU'VEND 2009, KOELNMESSE GMBH	46
FLO SPA	17
FRUTOS SECOS ALFER	54
HOREQ	50
LAVAZZA SPA	5
M.E.I. U.K. INTERNATIONAL LTD.	INTERIOR PORTADA
MONEY CONTROLS S.A.	39
NECTA VENDING SOLUTION, S.L.	INTERIOR CONTRAPORTADA, 11
NESTLE ESPAÑA, S.A.	37
NRI - NATIONAL REJECTORS, INC.	47
RHEA VENDORS ESPAÑA S.L.	13
SAECO IBÉRICA, S.A.	CONTRAPORTADA, 15
SISTIAGA LASA, S.L.	53
TECNOLOGIA DEL VENDING	51
VAN HOUTEN DE BARRI CALLEBAUT	29
VENDIN S.L.	09
VENDINSYSTEM S.L.	41

Reservados todos los derechos, no está permitida la reproducción total o parcial de esta revista ni su transmisión en forma o medio alguno sin permiso previo de la sociedad editora.
La editorial no se hace responsable del criterio de nuestros anunciantes.
"Hostel Vending" es una publicación gratuita, con difusión internacional y periodicidad bimestral.



• toda la información a diario en tu nueva web www.hostelvending.com • la actualidad del vending



• toda la información a diario en tu nueva web www.hostelvending.com • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu nueva web www.hostelvending.com

Empresa

06 / Saeco presenta su gama TOP

Saeco ha presentado oficialmente en España las nuevas máquinas de bebidas calientes de su gama Top, Phedra y Atlante, a los sectores del Vending, Office Coffee Service y Horeca. La presentación oficial de la gama Top de Saeco tuvo lugar en Barcelona y Madrid.

09 / Simat refuerza su posición en el mercado con una alianza estratégica en el norte de España

Simat, fabricante especializado en la elaboración y venta de preparados alimenticios para el Vending con más de 30 años en el mercado, refuerza su implantación en el norte de España.

08 / Los helados de Nestlé esconden un piso

Nestlé ha decidido "tirar la casa por la ventana" (y nunca mejor dicho) para que este año el helado, más que un consuelo, se convierta en una auténtica recompensa para todos los sufridores de la racanería de los bancos.

08 / Barry Callebaut adquiere la firma danesa de mezclas solubles para vending Eurogran

Barry Callebaut ha firmado un acuerdo con MISP Holding para adquirir el 100% de las acciones de su subsidiaria Eurogran.

12 / Coca-Cola pone a prueba una nueva máquina de vending con pantalla plana

La empresa Coca-Cola ofrecerá pronto al gran público una manera de comprar bebidas frías con el valor añadido de un atractivo sistema interactivo.

14 / Coges España comienza su andadura con la apertura de oficinas en Madrid

La empresa Coges (Grupo Azkoyen) puso en marcha, el pasado 1 de julio, su filial en Madrid para España y Portugal, Coges España Medios de Pago S.L.

Noticias

24 / Las franquicias de Vending

Las franquicias de vending, ya sean tiendas 24 horas o proveedores de productos vending en centros de trabajo y oficinas, presentan sus credenciales como uno de los negocios más atractivos para los tiempos que corren, con la ventaja añadida de una inversión inicial muy inferior al de otros negocios.

41 / El café representa el 64% de todas las bebidas calientes que se consumen en España

El café sigue siendo, con mucha diferencia, la bebida líder en el segmento de bebidas calientes en España, con un 64% de cuota de mercado, según apunta el último estudio de Euromonitor.

SUMARIO 48

ing en un solo click • toda la información a diario en tu nueva web www.hostelvending.com • la actualidad del vending en un solo click • toda la informa-



ueva web www.hostelvending.com • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu nueva web www.hostelvending.com

Especiales

20 / El café mano de santo

El café lleva años formando parte de esa enciclopedia médica popular que llamamos "remedios de la abuela". Entre otras cosas, ayuda a aliviar el dolor de cabeza y diversos tipos de migraña, evita el estreñimiento y es también un producto diurético.

32 / Fuentes de agua en Europa

Pocas veces un verano fue tan esperado como éste de 2009 para un importante segmento de la industria vending: las fuentes de agua o coolers. Con el sector industrial chorreando pérdidas importantes, la época del año en que nos encontramos surge como el momento adecuado para iniciar la recuperación.

42 / Vending en Brasil

Brasil está pasando por un momento dulce. El país está considerado por los analistas financieros como el motor de la economía latinoamericana en la actualidad. A pesar de que la crisis mundial también se ha hecho notar, el Fondo Monetario Internacional preveía un crecimiento del 4,8% para el presente curso.

Ferias

29 / Las altas esferas del sector se verán las caras en Viena

El Palacio Imperial de Hofburg, en Viena, será la sede que acogerá este año el Simposio Europeo del Café, organizado por Allegra Strategies. Se trata de un evento único, en el que los mayores ejecutivos de la industria europea del café se reunirán el 8 y 9 de octubre para fortalecer relaciones y debatir los temas más candentes del sector.

30 / Buenas razones para asistir a Eu'Vend 2009

Eu'Vend, la feria sectorial internacional para la industria del Vending, que se celebra en Colonia por cuarta vez entre el 10 y el 12 de septiembre de este año, no sólo reunirá en una misma sede oferta y demanda, sino que también demostrará nuevas visiones y perspectivas del sector.

Productos

47 / Novedades del sector

Propuestas especiales para los operadores y distribuidores de máquinas expendedoras, y productos para la industria.



Un final feliz

A la tercera fue la vencida. La Asociación Española de Distribuidores Automáticos (Anea) ha abandonado una perdiz con más vueltas que las espirales de una Saeco, y ha hecho públicas las fechas – ¿definitivas? – de Eurovending 2009. El mayor evento sectorial de la industria del vending en España se celebrará, finalmente, los días 15 y 16 de octubre.

Convertido en un Congreso-Exposición, y trasladando su sede en Madrid del recinto ferial de Ifema al Hotel Auditorium, los organizadores han decidido abaratar los costes de las empresas expositoras para este año 2009, evitando la suspensión de la feria; algo que habría sido incomprensible, teniendo en cuenta que ninguna de las grandes exposiciones europeas ha cancelado su celebración amparándose en el actual clima económico.

Sin entrar a valorar en profundidad la actuación de Anea en este asunto, al que sólo queremos dar un pequeño tirón de orejas por el, creemos, innecesario suspense con el que ha llevado sus decisiones este año, la opinión general de nuestra Redacción es que, a tres meses vista, y – ahora sí – con todos los detalles y condiciones de dominio público, al sector sólo le queda aprovechar los precios de este año (una oportunidad única para exponer en un evento de proyección internacional) y comenzar el nuevo ejercicio, el de la recuperación, con buen bien.

Por lo menos, nuestra publicación volverá a estar allí con su propio stand y desplegando efectivos para la distribución en mano de la edición 49 de la revista. No estaremos solos, seguro. A los 79 expositores confirmados ya para el evento por la propia organización – más los que quedan por llegar – se le sumarán aquellos amigos que han escogido nuestras páginas como mejor escaparate para sus productos.

Así las cosas, puede que HostelVending no sea una agencia de viajes pero, en la industria del vending, es la forma más cómoda de viajar sin moverse del sillón de mando.



PARA LOS MANIÁTICOS DEL ESPRESSO. DE LOS MANIÁTICOS DEL ESPRESSO.



UN ESPRESSO PERFECTO TAMBIÉN EN EL VENDING.



Lavazza BLUE es el único sistema espresso para el vending que aúna máquina y cápsulas para crear un espresso perfecto en cualquier momento y lugar.

Las novedosas cápsulas selladas protegen los mejores blends Lavazza de forma que el aroma y la frescura del café permanecen inalterables en cada taza, obteniendo siempre un resultado excelente, también en el vending. Podrá abarcar desde lugares de trabajo hasta lugares públicos (aeropuertos, estaciones de metro, museos...), gracias a una completa gama de máquinas que satisface todas las exigencias de espacio y consumo. Lavazza ofrece, además, un completo servicio de asistencia, gracias a su extensa red de distribuidores autorizados.



Para más información llame al **902 888 101** www.da.lavazza.com

Presentation of Saeco's Top range: Phedra and Atlante

Saeco presenta su gama Top: Phedra y Atlante



Saeco ha presentado oficialmente en España las nuevas máquinas de bebidas calientes de su gama Top, Phedra y Atlante, a los sectores del Vending, Office Coffee Service y Horeca. La presentación oficial de la gama Top de Saeco tuvo lugar en Barcelona y Madrid.

La primera presentación fue en Barcelona, el pasado jueves 7 de Mayo en el Estadio del F.C.Barcelona, el Camp Nou. Posteriormente, el 14 de Mayo se celebró en Madrid, en el estadio del Real Madrid, el Santiago Bernabéu. Las dos jornadas de puertas abiertas fueron un éxito de participación y los profesionales pudieron consul-

tar con el personal técnico y comercial de Saeco acerca de las novedades presentadas.

Phedra es la nueva máquina semiautomática Table Top de bebidas calientes de Saeco. Su gran polivalencia le permite adaptarse a los canales de Vending, OCS y Horeca.

Por su parte, Atlante es la máquina Freestanding de bebidas calientes de la nueva gama Top de Saeco, con capacidad para 700 vasos, con 2 contenedores de café en grano y 5 contenedores para productos solubles. Atlante ofrece nuevas soluciones técnicas revolucionarias, como el Rotating Plate, y una gran versatilidad gracias a su estructura interna modular.

Saeco held in Spain the official presentation of their new hot beverages machines Phedra and Atlante. The machines are included on Saeco's Top range for the vending, OCS and Horeca sectors. The ceremony took place in Barcelona and Madrid.

The first exhibition was held in Barcelona last May 7 at FC Barcelona's football stadium Camp Nou. Few days later, on the 14th, the ball was kicked to Real Madrid's coliseum Santiago Bernabeu, as the second presentation in Madrid was held there. Both open-day ceremonies attracted a good sum of people, and the professional visitors were broadly informed by the technical and sales staff about the showcased machines.

Phedra is Saeco's new semi-automatic table-top machine for hot beverages. Featuring great versatility, Phedra can easily adapt to Vending, OCS and Horeca applications.

Atlante is a freestanding machine for hot beverages. It has room for 700 cups, and features 2 containers for coffee beans and 5 for instant brews. Atlante offers new, state-of-the-art technologic solutions (such as the Rotating Plate system) and great versatility, thanks to its internal modular structure.

New OCS opportunities for Illycaffè with the acquisition of Itaca srl.

Nuevas oportunidades para Illycaffè en el sector de las oficinas

Illycaffè anunció la adquisición del 50% del capital de Itaca srl, sociedad con sede en Arluno (Milán), que diseña y fabrica sistemas de cápsulas de café espresso para oficinas.

El objetivo de esta adquisición es desarrollar el segmento del Office Coffee Service, que está creciendo considerablemente tanto en Italia como en el extranjero.

Illycaffè e Itaca tenían ya un acuerdo desde el 2006, que ha permitido introducir en el mercado del vending las cápsulas illycaffè/I-Espresso System.

El volumen de ventas consolidadas de illycaffè en 2008 fue de 280 millones de euros (3,6%

más que el año anterior). El EBITDA alcanzó los 38,236 millones de euros, en línea con el 2007 y el beneficio neto es de 8 millones de euros (+13,1%).

Illycaffè announced that has acquired 50% of Itaca srl, a company headquartered in Arluno (Milano), which designs and manufactures espresso coffee pods for offices.

With this merge, the firm intends to expand its Office Coffee Service division, a fast-growing sector both in Italy and abroad. The merging, which had been agreed back in 2006, has made possible the launch of illycaffè's I-Espresso Sys-



tem pods in the vending market.

The consolidated sales volume of illycaffè in 2008 went up to €280 million – a 3.6% year-to-year increase. EBITDA figures reached €38.236 million, equalling 2007's results, whereas the net profit increased by 13.1% to €8 million.

Simat strengthens its position in the market with strategic partner in northern Spain

Simat refuerza su posición en el mercado con una alianza estratégica en el norte de España

Simat, fabricante especializado en la elaboración y venta de preparados alimenticios para el Vending con más de 30 años en el mercado, refuerza su implantación en el norte de España. Desde el pasado 26 de mayo, se ha alcanzado un acuerdo de colaboración con Sistiaga Lasa S.L., como distribuidor oficial de los productos Simat en el País Vasco, Cantabria y Navarra. Sistiaga Lasa S.L. lleva 30 años expandiendo la industria del Vending en el norte de España, muestra de su buen hacer profesional y su gran dedicación en este sector. Esta alianza estratégica permitirá a Simat tanto potenciar su presencia en el mercado del norte de España, como ofrecer un servicio más próximo a sus clientes. Simat y Sistiaga Lasa S.L. comparten una misma pasión por la calidad, el servicio y la atención al cliente. El director comercial de Simat, Jordi Mateo, mostró a Hostel Vending su convencimiento de que esta colaboración incidirá positivamente en el sector. Ambas empresas agradecen a todos sus clientes y amigos su confianza y reiteran su mejor disposición para seguir actuando en beneficio del Vending.



Simat, Spanish manufacturer specialized in the manufacture and sale of meals and drinks for the vending industry, with 30 years of experience in this market, strengthens its position in the north of Spain.

The company has reached last 26 May a partnership agreement with Sistiaga Lasa S.L., thereby, the latter will be the official distributor of Simat products in the Basque Country, Cantabria and Navarra.

Sistiaga Lasa S.L. has been expanding the vending industry across the north of Spain

for 30 years, proving great know-how and dedication in this market.

This strategic collaboration will allow Simat to boost its presence in northern Spain, as well as to provide customers with a closest service.

Simat and Sistiaga Lasa S.L. share the same passion for quality, service and customer service. Simat's sales director, Jordi Mateo, was convinced that this collaboration will have a positive effect on the industry.

La Era de la Venta Automática opened 5 new shops in June

La Era de la Venta Automática abre 5 nuevas tiendas en junio

En su expansión nacional, Abierto 25 Horas, después de superar las 160 tiendas, ha inaugurado 5 nuevas tiendas automatizadas en el mes de junio. Las tiendas se localizan en Gandía (Valencia), Huelva, Navahermosa (Toledo), Betera (Valencia) y Ponferrada.

De estas 5 tiendas Abierto 25 Horas, cabe destacar la macrotienda de Gandía que cuenta con 8 equipos expendedores de última generación. En los próximos meses, La Era de la Venta Automática S.L. tiene en ejecución de obra 4 nuevas tiendas Abierto 25 Horas: Miranda de Ebro (Burgos), Alcañiz (Huelva), Ciempozuelos (Madrid) y Els Poblets (Alicante).

Following their expansion in Spain and after surpassing 160 shops, the brand *Abierto 25 Horas* (25 Hours Open, in Spanish) launched 5 new self-service shops in June. The shops are located in Gandía (Valencia), Huelva, Navahermosa (Toledo), Betera (Valencia) and Ponferrada.

Gandía's stands out among these 5 shops by its 8 high-tech vending equipments.

In the next months, La Era de la Venta Automática S.L. will open 4 new *Abierto 25 Horas* shops in: Miranda de Ebro (Burgos), Alcañiz (Huelva), Ciempozuelos (Madrid) and Els Poblets (Alicante).



Nestlé ice creams “hide” a flat in the last campaign of the brand in Spain

Los helados de Nestlé esconden un piso

El verano se presenta calentito y las máquinas expendedoras de helados ya se han comenzado a desplegar por todo el territorio. El snack por excelencia del verano hará las delicias de grandes y pequeños, y servirá de pequeño consuelo para todos aquellos que se han pasado el año intentando infructuosamente obtener de los bancos una hipoteca asequible.

O por lo menos ésa era la idea inicial. Nestlé ha decidido “tirar la casa por la ventana” (y nunca mejor dicho) para que este año el helado, más que un consuelo, se convierta en una auténtica recompensa para todos los sufridores de la racanería de los bancos.

La compañía suiza lanzó, el pasado 8 de junio, la mayor campaña de promoción llevada a cabo por la marca para sus productos de heladería, bajo el nombre “Piso Busca Dueño”, que premia al ganador (según el código único insertado en los envoltorios) con hasta 300.000 euros para que éste se compre una vivienda en el lugar que escoja.

Summer comes hot in Spain and the ice cream vending machines have been deployed in the whole territory. The summer



snack par excellence will delight children and adults, as well as being a small comfort for those who have been unsuccessful in getting an affordable mortgage from banks.

Or at least that was the initial idea. Nestlé has decided to “push the boat out” – or the house, in this particular case – to turn ice creams into a true reward, further than a simple consolation, for all the

people suffering banks’ stinginess.

The Swiss company launched last 8 June the largest promotion campaign for its ice cream products, under the name “Owner wanted for a Flat,” awarding the winner (according to the unique code printed in the wrapper) up to 300,000 euros to allow him to buy a house wherever he chooses.

Barry Callebaut acquires Danish vending mix company Eurogran

Barry Callebaut adquiere la firma danesa de mezclas solubles para vending Eurogran



Barry Callebaut ha firmado un acuerdo con MISP Holding para adquirir el 100% de las acciones de su subsidiaria Eurogran A/S. La adquisición de Eurogran subraya la intención estratégica de Barry Callebaut de fortalecer, aún más, su posición en el sector de las mezclas de chocolate y cappuccino solubles para vending, así como participar en la consolidación de este mercado.

Eurogran, fundada en 1971 en Kalundborg, Dinamarca, y con unas ventas anuales superiores a los 28 millones de euros, es un fabricante de productos solubles especializado en ingredientes para la industria europea de vending.

Barry Callebaut signed an agreement with MISP Holding to acquire 100% of the shares of its subsidiary Eurogran A/S. The acquisition of Eurogran underscores Barry Callebaut’s strategic intention to further strengthen its position in the European chocolate and cappuccino vending mix business and to participate in the consolidation of this market. Eurogran, founded in 1971 in Kalundborg, Denmark, with annual sales of more than €28 million, is a dedicated instant powder manufacturer of ingredients for the vending industry in Europe.

The two parties have agreed not to disclose any financial details of the transaction.

SPRESSOin®

*"La más amplia
gama de
productos
para máquinas
minivending"*



...y cápsulas de café, sobres de leche, leche condensada, sobres de chocolate, infusiones, sticks de azúcar y edulcorante, vasos, paletinas

SPRESSOin®

Vendin SL

DELEGACIÓN MADRID
c/ Coto de Doñana, 15
Área Empresarial Andalucía
28320 Pinto - Madrid - SPAIN
T. +34 91 691 91 04
F. +34 91 691 91 45

DELEGACIÓN BARCELONA
T. 936 824 366
M. 609 677 718

DELEGACIÓN SEVILLA
T. 954 776 613
M. 639 329 317

info@spressoin.com

www.spressoin.com



El mejor café SPRESSO,
el diseño **Más**

in,,



N&W Samba, new A+ Class product

La Samba de N&W, un nuevo producto de Clase A+



El distribuidor de la gama Snack&Food, SAMBA, ha obtenido la calificación A+ de la Asociación Europea del Vending, en el ámbito de su programa de etiquetaje del consumo de energía, llamado EMP (Protocolo sobre la medida del consumo de energía).

La conciencia ambiental no es nada nuevo para N&W, que durante más de 10 años ha apoyado las cuestiones ecológicas, con el intento de minimizar su impacto sobre el medio ambiente. En 1997 obtuvo la certificación ambiental ISO 14001, y la empresa siempre ha mostrado públicamente su convencimiento de que la norma es obligación de cada fabricante responsable.

ACUERDO CON VENDINGAL

En otro orden de cosas, Vendingal se ha convertido en la nueva Agencia Oficial para Galicia de N&W Global Vending, especializada y enfocada en la gama de máquinas de vending NECTA.

Snack&Food vending machine, Samba, has gained the A+ certificate from the European Vending Association, within the energy consumption label program, named EMP (Energy Measurement Protocol).

Environmental concerns are always in the N&W business plan, a firm which has

for over 10 years supported ecological initiatives, aiming to minimize its impact on the environment. In 1997 N&W was granted the ISO 14001 certificate and the company has always said that these regulations should be compulsory for every responsible manufacturer.

AGREEMENT WITH VENDINGAL

On another note, Vendingal is the new Official Agency of N&W Global Vending for the autonomous region of Galicia, specialized and focused on the Necta range of vending machines.

Sistiaga Lasa launches a new range of vending machines for offices



Nueva gama de máquinas para oficinas de Sistiaga Lasa

en 1978 gracias al esfuerzo de Julián Sistiaga Lasa. Así pues, más de 30 años de experiencia en el Vending contemplan a uno de los distribuidores de mayor prestigio en el norte de nuestro país.

Prueba de su fiabilidad son sus contratos en exclusiva con importantes firmas del vending, como Necta; una de las primeras marcas europeas en sistemas de pago, Mei, además de un importante acuerdo con el gigante suizo Nestlé.

Sistiaga Lasa S.L. released corporate information about last month, highlighting the launch of its last range of espresso coffee

machines for offices and a new exclusive agreement with the firm Simat for the distribution of Simat products in the autonomous regions of the Basque Country, Navarra and Cantabria. Sistiaga Lasa is a company founded in 1978 by Julian Sistiaga Lasa. Thus, over 30 years of experience in the Vending industry are a guarantee for one of the most prestigious distributors in northern Spain.

Proof of this are its exclusive agreements with leading vending companies, such as Necta; one of the main European brands in the payment method market, Mei, as well as an important agreement with the Swiss giant Nestlé.

Sistiaga Lasa S.L. emitió un comunicado con información corporativa del último mes, donde destaca la presentación de su último catálogo de máquinas de café espresso para empresas y su acuerdo de exclusividad con Simat para la distribución de sus productos en las CCAA del País Vasco, Navarra y Cantabria.

Sistiaga Lasa es una empresa que nace

Canto



Samba

Diesis



El lado tecnológico de la armonía.

**Diseño elegante , sencillo,
moderno**

**Interfaz de usuario, intuitiva
e innovadora**

**Electrónica de vanguardia
dotada de programación
flexible**



**Óptima relación
dimensiones /capacidad**

**Soluciones técnicas
revolucionarias**

19 tecnologías patentadas

 **NECTA**

N&W GLOBAL VENDING SPAIN, S.L.
Avda. de Suiza, 11-13 · 28821 Coslada (Madrid)
Tfno. (91) 277 4400 · Fax (91) 277 4410
www.nwglobalvending.es

N&W

Coca-Cola tests new touch-screen vending machine

Coca-Cola pone a prueba una nueva máquina de vending con pantalla plana

La empresa Coca-Cola ofrecerá pronto al gran público una manera de comprar bebidas frías con el valor añadido de un atractivo sistema interactivo.

Presentadas en Pekín durante los Juegos Olímpicos de 2008, las nuevas máquinas de vending de tecnología altamente interactiva están en periodo de pruebas en la cadena de centros comerciales Simon, en el sureste de los Estados Unidos.

PANTALLA TÁCTIL

Una pantalla táctil de gran tamaño permite a los consumidores interactuar con la máquina al mismo tiempo que compran su bebida y aprenden un poco más de las promociones de esta cadena de supermercados.

“Las nuevas máquinas incorporan visor, sonido y vídeo para trasladar la experiencia vending de la transacción a la verdadera interacción”, dijo Anthony Phillips,

gerente internacional de marca de la firma Coca-Cola.

Los futuros modelos de la expendedora ofrecerán la posibilidad de bajar archivos de música, tonos y salvapantallas a través del teléfono móvil, además de medios de pago electrónicos y otros accesorios.

Coca-Cola ha contado con la colaboración de Samsung y la agencia de marketing interactivo Sapient en el desarrollo de este proyecto.

Coca-Cola posee más de 3 millones de máquinas de vending en más de 200 países.

Coca-Cola will be soon offering clients a new way to buy cold drinks, through a value-added interactive system.

Introduced in Beijing's Olympic Games in 2008, these new machines built with a highly interactive technology, are currently being under test in the US chain of shopping centers Simon.



TOUCH-SCREEN

A large-sized touch screen enables consumers to interact with the machine, while they buy their drink and learn about the promotions of this supermarket chain. “The new machines incorporate sight, sound and motion video to take the vending experience from transaction to true interaction,” said Anthony Phillips, Coca-Cola Company's global brand manager.

Future models will offer mobile phone download such as music files, ringtones and screensavers, as well as electronic payment systems and other accessories.

Coca-Cola owns over 3 million vending machines in more than 200 countries.

Summer time is back to vending machines with Aquatik

Aquatik vuelve a las expendedoras en verano

En plena temporada de verano, surgen novedades para vending especialmente pensadas para cubrir las necesidades de actividades propias de esta época, expedidas a través de dispensadores automáticos convenientemente ubicados.

Aquatik es uno de los pioneros de este mercado. La firma francesa posee una gama extensa de productos adaptada a la distribución automática en piscinas, campings y hostelería: bañadores; gorros y gafas para la natación; pinzas para la nariz, tapones, brazaletes para niño, salvavidas inflables y otros artículos útiles (gel de ducha, cepillos, artículos de higiene...).

La novedad más importante que presenta la firma francesa para este verano son unas toallas de baño comprimidas al tamaño de un juego de cartas, pero que extendidas alcanzan un tamaño de 70 cm x 120 cm. Una propuesta para no tener que cargar con la toalla todo el verano.



Now that we are fully immersed in the summer, it is common to find new vending products especially addressed to cover the particular needs of this season. These can be found in conveniently located vending machines.

Aquatik is one of the pioneering companies in this market. The French firm offers a wide range of products that are adapted to automatic distribution in swimming-pools, camping areas and hospitality businesses: swim-suits, swimming caps and glasses, nose clips, ear plugs, inflatable rubber rings and other accessories (shower gel, toothbrushes, hygiene goods...).

This year, the French company brings a new innovation: compressed bath towels. They have the reduced size of a deck of cards, but when spread out, they are as big as 70 cm x 120 cm. Thanks to this idea, there is no need to carry the towel anymore.

Una nueva manera de entender el vending **BEBIDAS A LA CARTA**

- Dos tipos de cafés
- 2 vasos diferentes:
plástico-cartón
grande-pequeño
- Bebidas mejoradas
- Sensación de Coffee Shop
- Botones grandes,
iluminados y personalizables
- Selección a medida
del consumidor



LUCE X2, flexibilidad sin precedentes que ofrece la posibilidad única de maximizar el potencial de los actuales emplazamientos vending.

Swiss brand Nespresso to use 80 percent sustainable coffee beans

El 80% del café utilizado por la marca suiza Nespresso vendrá de proyectos sostenibles

Nestlé Nespresso S.A. ha presentado Ecolaboration, una plataforma para la innovación sostenible, comprometiéndose a cumplir tres grandes objetivos que mejorarán notablemente sus resultados en el campo de la sostenibilidad en 2013.

Nespresso anunció que los objetivos fundacionales de Ecolaboration comprometen a la organización a objetivos establecidos para el 2013 en los sectores del café, las cápsulas y las emisiones de gases invernaderos. Así, para ese año, el 80% del café de Nespresso será suministrado a través de su programa único AAA Sustainable Quality y de las granjas Rainforest Alliance Certified. Además, Nespresso instalará los sistemas necesarios para triplicar su capacidad de reciclaje de cápsulas al 75% y reducirá un 20% sus emisiones de gases invernaderos.



Nestlé's Nespresso presented Ecolaboration, a project for sustainable innovation by which the brand is committed to achieve three large-scale eco-friendly goals. The firm aims to highly improve its sustainability results by 2013.

Ecolaboration's original basis commit Nespresso to achieve results in three fields: coffee, pods and CO2e emission. By 2013, it is supposed that 80% of Nespresso's coffee will be provided by its unique program AAA Sustainable Quality and Rainforest Alliance certified farms. In the same way, Nespresso will implement large-scale systems to triple the number of recycled pods up to 75%.

The emission of CO2e per machine is set to be decreased by 20%.

Coges Spain starts making business with the opening of its Madrid offices

Coges España comienza su andadura con la apertura de oficinas en Madrid

La empresa Coges (Grupo Azkoyen) puso en marcha, el pasado 1 de julio, su filial en Madrid para España y Portugal, Coges España Medios de Pago S.L.

Como ya se comentó anteriormente en *Hostel Vending*, esta filial surge como resultado de la adquisición que la compañía italiana hizo de la empresa española Impulsa Soluciones Tecnológicas, aprovechando la implantación nacional de la misma, y manteniendo su sede actual, así como su plantilla.

Completando su consolidada gama de productos con la línea de productos Impulsa, Coges España pone a disposición de sus clientes un extenso catálogo de produc-

tos, tanto de sistemas de pago en efectivo (monederos de cambio, aceptadores, lectores de billetes) como sistemas de pago "cashless" (llave, tarjeta, con contactos, proximidad) así como de telemetría y gestión.

The firm Coges (Azkoyen Group) launched last 1 July its subsidiary in Madrid for Spain and Portugal, Coges España Medios de Pago S.L.

As published in *Hostel Vending* in May, this subsidiary is the result of the acquisition by the Italian company of the Spanish firm Impulsa Soluciones Tecnológicas,



taking advantage of its Spanish network and maintaining its current headquarters, as well as its staff.

Completing its well-established range of products with Impulsa products, Coges Spain now has available a wide range of products, including cash payment systems (coin changers, acceptors and banknote readers), cashless and telemetry and management systems.



Saeco *Atlante*

Elegante y funcional

Saeco Ibérica, S.A.

Sant Ferran, 34-36 P.I. Almeda 08940 Cornellà de Ll. Barcelona
Tel: 934740017 Fax: 934740434

Delegación Madrid: P.I. Prado de Regordoño, Torres Quevedo,
nave 18 28936 Móstoles - Madrid Tel. 916475750 Fax: 916475195
e-mail: info@saeco-vending.com Web: www.saeco-atlante.com

 **Saeco**

Espresso Feeling

Tetra Pak promotes its products in the right spot

Tetra Pak promociona sus productos en el lugar adecuado

Estamos acostumbrados a encontrar hermosos anuncios en los paneles frontales de las máquinas de vending; un lugar fantástico para la promoción publicitaria. Pero también resulta cada vez más usual que las marcas utilicen otros elementos del vending a la hora de dar a conocer sus productos y campañas. Así, ya no es sorprendente encontrar imágenes y eslóganes publicitarios en los vasos de café de vending.

La última campaña con estas características de la que hemos oído hablar en la



redacción de *Hostel Vending* es la lanzada por Tetra Pak, una empresa especializada en el procesado y envasado de alimentos.

La firma contrató los servicios de una empresa especializada en la personalización de vasos para vending, Markcup, para promocionar un concurso en el que se sortean 24 viajes a Finlandia para conocer de primera mano todo sobre la gestión de los bosques con criterios ecológicos.

We are used to come across those brilliant advertisements on the front panels of vending machines. What a great spot to place an advertisement! However, it is

becoming more and more common to find brands using other elements of vending for promoting their products and campaigns. Now it is no surprise to find logos and advertising slogans on vending coffee cups.

One of the latest ad campaigns that *HostelVending* has come to know has been launched by Tetra Pak, a food processing and packaging company. So, Tetra Pak hired the services of Markcup, a firm that specializes in cup customization for the vending industry. The promotion prize consisted on 24 flights to Finland, to know firsthand everything about eco-friendly forest management.

Café Fortaleza to grow by 5% this year 2009

Café Fortaleza crecerá un 5% en el 2009



El mayor fabricante de surtido de café tostado de España, Café Fortaleza, prevé incrementar su facturación un 5% durante este año y alcanzar los 25,2 millones

de euros.

Según la información publicada por el diario económico digital Finanzas.com., la firma vasca pretendería convertirse en la marca local de referencia en el norte de España, puesto que su cuota de mercado en esta zona y el centro del país se sitúa en un 23%, mientras que a nivel nacional su porcentaje baja al 3%.

Como publicaba *HostelVending.com* recientemente, la firma ha presentado un producto innovador, descafeinado con tila y melisa, que ha supuesto una inversión de 700.000 euros y que entra dentro de la estrategia de la empresa de apoyar su expansión con nuevos productos.

The main roasted coffee producer

in Spain, Café Fortaleza, expects overall sales to increase by 5% during this year, to reach €25.2 million.

According to what has been published in the business online newspaper Finanzas.com, the Basque company is determined to become the landmark brand in Northern Spain. Notwithstanding, its market share in the Northern and Central areas goes up to 23%, while its national-wide share lowers to 3%.

As announced by *Hostelvending.com*, the company launched an innovative product: decaf coffee with lime tea and melissa. This new launch – a €700,000 worth investment – is part of the company's strategy to boost its expansion with new products.



FLO S.p.A. - Sede Centrale
Frazione Ghiara Sabbioni, 33/A
I - 43012 FONTANELLATO (Parma)
Tel. +39 0521 823111
Fax +39 0521 822844
www.flo.eu - info@flo.eu

FLO DEUTSCHLAND GmbH
MÜNCHEN
Freiburger Straße 7 A
D - 79279 Wörstetten
Tel. +49 07666 8849544
Fax+49 07666 8849545
e-mail: gerhard_mack@t-online.de

FLO EUROPE Sas
Z.I. de Ruitz
Secteur des Hallots
F - 62620 Ruitz
Tel. +33 03 21578980
Fax+33 03 21578984
e-mail: flo@flo.fr

FLO VENDING
Parc d'Activités du Pont Blanc
14, rue Henri Becquerel
F - 93275 SEVRAN
Tél. +33 1 49361626
Fax+33 1 43854483
e-mail: ldelegrange@flo vending.fr

NUPIK AND FLO U.K. LTD.
14 - 16 King Street
EAST GRINSTEAD
WEST SUSSEX RH19 3DJ
Tel. +44 1342 317688
Fax+44 1342 317439
e-mail: info@nupik-flo.co.uk

Novedades!

- Vasos "vending" en cartón
- Paletas madera



vending for professionals

Final presentation in Porto
as Elater tour comes to its
last stage

Nueva presentación de Elater: Oporto, la última parada

El pasado día 18 de abril Elater inauguraba una nueva plataforma de distribución en Oporto. Elater, que está realizando una importante apuesta en inversiones en la Península Ibérica, ha inaugurado las sedes de Madrid, Bilbao y Oporto en apenas dos años, contando en la actualidad con un total de 4 plataformas (Barcelona, Madrid, Bilbao y Oporto) y una plantilla de 119 empleados.

Gianni Segoloni, administrador delegado de Elater, explicaba los detalles del proyecto realizado por Elater en Oporto, con una inversión total de 900.000 euros. Dicho proyecto de inversión nace como resultado



de una estrecha colaboración entre Lavazza y Elater para potenciar el mercado portugués en los segmentos OCS y vending. En este sentido, la estrategia de desarrollo consiste en proponer al mercado portugués soluciones de calidad e innovadoras, como el sistema Lavazza Blue, un exclusivo sistema de café en cápsulas para máquinas automáticas. El objetivo perseguido es el de cambiar el concepto que el consumidor tiene de que el producto distribuido por la máquina automática tiene que ser económico y de baja calidad.

Last April 18, Elater opened a new distribution plant in Porto (Portugal). The company is focusing great investment effort in the Iberian Peninsula as it has been opening

new delegations in Madrid, Bilbao and Porto for the last two years. Up to date, the company comprises four delegations (Barcelona, Madrid, Bilbao and Porto) and hires 119 employees.

Elater's delegated administrator Gianni Segoloni made a detailed explanation of the company's project in Porto. This €900,000 investment is the result of a close collaboration between Lavazza and Elater to boost the Portuguese OCS and vending market. The strategy plan is based on introducing innovative, quality solutions, such as the Lavazza Blue system – an exclusive coffee pod system for automatic machines. The main goal is to change consumer's assumption that automatic machines only offer cheap, poor-quality products.

NRI celebrates successful Q1 thanks to c² change giver



El c² impulsa las ventas de NRI en el primer trimestre del año

Gracias a la nueva serie de monedero de cambio currenza c², la empresa de Buxtehude ha alcanzado un gran aumento en sus cifras de ventas dentro del área de distribución.

Desde su introducción en el mercado, en 2008, el monedero currenza c² ha convencido no sólo a clientes y técnicos, sino que ha conseguido también el renombrado premio Red Dot Design Award. "La gran flexibilidad del c², junto con las innovaciones del mercado como los 3 motores de pago independientes del sistema PRP, la teletransmisión de datos y los sensores de seguridad son factores decisivos en el aumento de ventas del c²", comentó Tobias

Roitsch, gerente de marketing de la empresa.

Thanks to the new currenza c² series of coin changers, sales of the company headquartered in Buxtehude (Germany) have been considerably lifted in its distribution division.

Since it was first introduced in the market – back in early 2008 – this change giver has not only convinced clients and technicians, but has also been awarded with the distinguished Red Dot Design Award.

"The great flexibility of the c² series, along with market innovations as the likes of the three independent payout modules, the data remote transmission system and the security sensors, have definitively played a key role in the positive sales trend of the product," NRI's Marketing Manager Tobias Roitsch said.

The firm P&G appointed second greatest place to work in Spain

P&G, segunda mejor empresa para trabajar en España

The Great Place to Work Institute ha otorgado a P&G España la segunda posición dentro de los "50 Mejores Lugares para Trabajar", en la categoría de 500 a 1.000 empleados. La compañía cuenta con un gran surtido de marcas



conocidas (varias de ellas distribuidas a través del canal vending), entre las que se encuentran Pringles, Pantene, Mach3, H&S, Herbal Essences, Kolestint, Max Factor, Oral-B, Olay, Tampax, Duracell, Gillette, Vicks, Fluocaril, Braun y Fusion, entre muchas otras.

Según el director de RRHH de P&G España, Alejandro Cabral, "Es un honor recibir este reconocimiento. En P&G es notorio que nuestro principal valor son nuestros empleados y somos una compañía comprometida con el talento interno". P&G es una empresa pionera en España en ayudar a sus empleados a equilibrar trabajo y familia. Cada empleado puede diseñar su propio plan de formación y horario laboral, adecuando su jornada a sus necesidades particulares. Además, P&G ofrece un programa de asistencia que facilita ayuda a los empleados y sus familias cubriendo distintos servicios, además de un programa de bienestar y salud en horario de oficina, que incluye gimnasio, servicio médico, fisioterapeuta, y promoción de hábitos nutricionales, entre otros.

P&G Spain has ranked 2nd on the list of the "50 Best Places to Work" (500 to 1,000 employees category), by "The Great Place to Work Institute." The company compiles a extended range of popular brands – some of them being sold through the vending channel. These include: Pringles, Pantene, Mach3, H&S, Herbal Essences, Kolestint, Max Factor, Oral-B, Olay, Tampax, Duracell, Gillette, Vicks, Fluocaril, Braun and Fusion, among many others.

"We are honoured for this nomination. It is clear that our employees are P&G's most valuable asset. Our company is committed with employee's talent," said P&G Spain Human Resources manager Alejandro Cabral.

P&G is a pioneering company in Spain in helping its employees find a balance between work and family. Each employee can plan its own educational training and working schedule, so it adapts to his personal needs. Furthermore, P&G provides employees and their families with an assistance program (covering different services), as well as a wellness and health program during office hours, including a gym center, medical care, physiotherapeutic care, food wellness, etc.

CAPRIMO
TRADICIONALES

Descubre
los cappuccinos
del mañana

CAFÉ Vanille
CAFÉ Caramel
CAFÉ Noisette
Irish CAPPUCCINO
Eu'Vend
10-12 Sept 2009
Köln Messe
Stand C070-D071
Hall 4.1

Visítanos en Eu'Vend y descubre el último cappuccino de sabores que se lanzará en la feria

Un Caprimo para cada gusto

www.caprimo.com
Para más información, contacta con:
Barry Collebauf Suocio AB
Tf. +46 418-450-350

EL CAFÉ



MANO DE SANTO

EL CAFÉ LLEVA AÑOS FORMANDO PARTE DE ESA ENCICLOPEDIA MÉDICA POPULAR QUE LLAMAMOS “REMEDIOS DE LA ABUELA”. ENTRE OTRAS COSAS, AYUDA A ALIVIAR EL DOLOR DE CABEZA Y DIVERSOS TIPOS DE MIGRAÑA, EVITA EL ESTREÑIMIENTO Y ES TAMBIÉN UN PRODUCTO DIURÉTICO.

A PESAR DE QUE EL CAFÉ SE HA INSTALADO YA COMO UNA BEBIDA “GOURMET” PARA DELICIA DE LOS PALADARES DE MEDIO MUNDO, LOS ORÍGENES DE ESTA INFUSIÓN ESTÁN MÁS CONECTADOS A UNAS PROPIEDADES MÁGICO-CURATIVAS ASOCIADAS A SU CONSUMO QUE AL DESCUBRIMIENTO DE UN SABOR ESPECIALMENTE ATRACTIVO. LA MÁS CONOCIDA DE TODAS ELLAS DERIVA DEL EFECTO ENERGÉTICO-ESTIMULANTE DE LA CAFEÍNA. SIN EMBARGO, NO ES LA ÚNICA, COMO VEREMOS A CONTINUACIÓN.

Y es que el café ha sido objeto de innumerables estudios científicos que han demostrado que la “poderosa” infusión esconde más propiedades que las que podían imaginar nuestros ancestros druidas...

EL CAFÉ NOS PROTEGE DE ACCIDENTES CEREBROVASCULARES

La Universidad Autónoma de Madrid, uno de los focos de concentración de saber científico más importantes de nuestro país, puso en marcha un estudio de casi 25 años de duración que probó que las mujeres que beben café de modo frecuente tienen menos riesgo de sufrir un accidente cerebrovascular.

Después de analizar a 83.076 personas

que tomaron parte en el Estudio de Salud de la Enfermeras (que informaron de su consumo individual de café en 1980 y, posteriormente y de modo sucesivo, cada dos o cuatro años hasta 2004), el equipo liderado por la doctora Esther López-García encontró que 2.280 mujeres habían padecido un accidente cerebrovascular (ACV).

Entre los factores del café que ayudan a reducir el riesgo de ACV se encuentran, por ejemplo, que reduce la inflamación, mejora la sensibilidad a la insulina y previene la oxidación.

A pesar de que los consumidores de café son más propensos a fumar y a beber bebidas alcohólicas, el estudio, después de ponderar estos factores de riesgo, averiguó que las mujeres que bebían diariamente

entre dos o tres tazas de café eran un 19% menos propensas a padecer un ACV que aquellas otras que bebían una taza o menos cada mes. El porcentaje aumentaba hasta el 20% cuando se incrementaba este consumo a cuatro o más tazas de café.

UN "CORTADO" PARA ATAJAR LA TENSIÓN ARTERIAL ALTA

Según los datos que maneja la Fundación Española del Corazón, 68.500 personas sufren un infarto agudo de miocardio al año en nuestro país. Uno de los factores de riesgo más serios en este tipo de afección es la tensión arterial alta.

Pues bien, según un estudio llevado a cabo por la Universidad de Wageningen (Holanda), las personas de media edad que consumen a diario una cantidad considerable de productos lácteos desgrasados (tales como leche desnatada o yogures bajos en grasas) muestran una tendencia más saludable, que les permitirá sortear con mayor facilidad los problemas de hipertensión en edades avanzadas.

La clave parece residir en los minerales como el calcio, el potasio y el magnesio, que encontramos en elevadas cantidades en la leche. Y qué mejor manera de beber leche que con un buen espresso.

EL CAFÉ NOS AYUDA A RECORDAR

Aunque hay cafés que parecen quedar en la memoria para siempre (por el mismo café o por la compañía...), lo que muchos desconocíamos hasta ahora es que la relación memoria-café va mucho más allá.

Tuvo que llegar Florian Kippelstatter, doctor del hospital de la Universidad de Innsbruck, en Austria, para hacernos ver que el café es el mejor aliado para ordenar nuestro cajón de los recuerdos.

En un experimento en el que intervinieron 15 hombres de entre 26 y 47 años, sometidos a resonancias magnéticas funcionales, el Dr. Kippelstatter llegó a la conclusión de que la cafeína había reforzado significativamente las funciones de memoria de los individuos después de ingerir café. Los resultados salieron de varias pruebas de memoria realizadas dos veces por estas personas.

No es el primer estudio que demuestra los beneficios del café en nuestro sistema nervioso, y refuerza una bebida que es consumida masivamente en los centros de trabajo de todo el mundo.

CAFÉ CONTRA EL ALZHEIMER Y LA DEMENCIA

Entre este tipo de estudios encontramos, en HostelVending.com, el llevado a cabo a tres bandas por neurólogos de la Universidad de Kuopio (Finlandia), el Instituto de Karolinska de Estocolmo y la Universidad de Helsinki.

Sus resultados revelaron que los consumidores habituales de cafeína (aquellos que beben entre tres y cinco tazas de café cada día) tienen menos riesgo de padecer Alzheimer u otra deficiencia neurológica que los no consumidores de cafeína.

Los datos del estudio determinaron que los consumidores habituales de cafeína tienen un 65% menos de riesgo de padecer Alzheimer u otras demencias. El café, pues, abre una puerta para la prevención de este tipo de dolencias.



LAS MUJERES QUE BEBEN DIARIAMENTE ENTRE DOS O TRES TAZAS DE CAFÉ SON UN 19% MENOS PROPENSAS A PADECER UN ACV

EL CAFÉ Y EL TÉ PREVIENEN EL CÁNCER DE ÚTERO

Un nuevo estudio realizado en los Estados Unidos encontró que las mujeres que beben varias tazas de café y té al día pueden tener un riesgo menor de contraer cáncer

de útero.

Según los resultados obtenidos por el Instituto sobre el Cáncer de Roswell Park, en el estado de Nueva York, las mujeres que beben más de cuatro tazas de café y té al día tienen sólo la mitad de probabilidad de contraer cáncer

de endometrio (el revestimiento interno del útero) que las que no beben café. Al mismo tiempo, las mujeres que beben únicamente té, más de dos tazas al día, tienen un 44% menos riesgo de contraer esta enfermedad.

No está resuelto en qué manera puede influir el consumo de café y té a la hora de proteger el endometrio del útero, pero se apunta a la cafeína como la principal sustancia protectora contra la enfermedad.

EL CAFÉ ES EL PEOR ENEMIGO DE LA DIABETES

El catedrático de la Universidad de Helsinki, Jaakko Tuomilehto, reveló en un seminario celebrado en Irlanda el pasado 3 de diciembre que las personas que beben tres tazas de café al día son un 30% menos propensas a desarrollar la diabetes.

Según su estudio, las mujeres que beben hasta diez tazas de café al día también reducen los riesgos un 79%, mientras que los hombres necesitan beber al menos diez tazas de café para reducir la posibilidad al 55%.

No quedó muy claro de qué manera afecta este consumo a otro tipo de enfermedades, como el insomnio...

EL CAFÉ, TAMBIÉN, APAGA TU SED

Ahora que nos encontramos en pleno verano y los calores aprietan, nuestro cuerpo nos pide más agua. Resulta, pues, conveniente proveerse de buenas dosis de fluidos para salvaguardarse de las deshidrataciones, tan comunes en la época estival.

En este sentido, las bebidas con cafeína como el café se presentan como una importante fuente de líquidos en la dieta, contribuyendo a mantener un buen estado de hidratación.

Y es que si el ser humano es 70% agua, en el caso de una taza de café este porcentaje se eleva al 98%. En otras palabras, un buen vaso de agua con el mejor de los aditivos: café.



DESPITE COFFEE IS, NOWADAYS, A "GOURMET" DRINK FOR PALATE'S ENJOYMENT IN HALF OF THE WORLD, THE ORIGIN OF THIS INFUSION IS MAINLY RELATED TO ITS MAGICAL-HEALING EFFECTS RATHER THAN TO A PARTICULARLY APPEALING TASTE.

THE MOST POPULAR AMONG THESE PROPERTIES IS AN ENERGETIC-STIMULATING EFFECT CAUSED BY CAFFEINE. HOWEVER, THIS IS NOT THE ONLY ONE, AS WE WILL BE ABLE TO SEE BELOW.

Coffee has been for years a small part of that popular medicine encyclopaedia we use to call "Grandma's remedies." Among other things, coffee helps relieve headaches and other sorts of migraine; prevents constipation and is also a diuretic product.

But on top of that, coffee has been the centre of countless scientific studies, which have proved that this "powerful" infusion hides more properties than what our ancestral druids could imagine...

COFFEE PROTECTS US AGAINST CEREBROVASCULAR ACCIDENTS

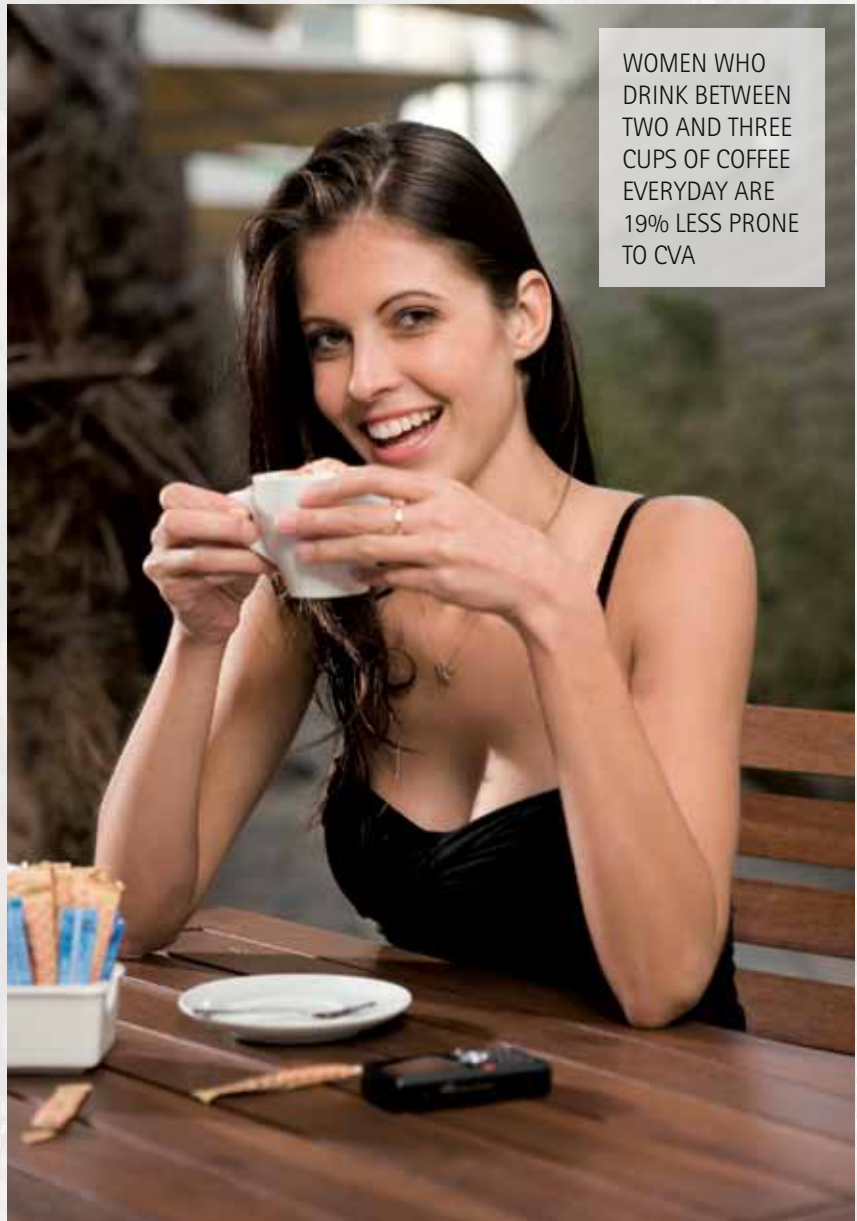
The Autonomous University of Madrid, one of the main scientific knowledge points in Spain, set in motion a study lasting nearly 25 years which proved that women who drink coffee frequently are in less risk of suffering a stroke.

After analysing 83,076 people who took part in the "Health Study on Nurses" – informing about their individual coffee consumption in 1980 and, subsequently and so forth, every two or four years until 2004 – the team led by Dr. Esther Lopez-Garcia found that 2,280 women had suffered a cerebrovascular accident (CVA).

The factors found in coffee that help to reduce the risk of CVA are, among others, that coffee reduces inflammation, enhances

COFFEE a MIRACLE CURE

WOMEN WHO DRINK BETWEEN TWO AND THREE CUPS OF COFFEE EVERYDAY ARE 19% LESS PRONE TO CVA



sensitiveness towards insulin and prevents against oxidation.

Despite coffee consumers are more prone to smoking and drinking alcoholic beverages, the study, after weighing a number of risk factors, found out that women who drank between two and three cups of coffee everyday were 19% less prone to CVA than those who drank one or less

every month. This percentage grew up to 20% when the consumption was increased to four or more cups of coffee.

A "LATTE" TO KEEP BLOOD PRESSURE IN CHECK

According to the figures from the Spanish Heart Foundation, 68,500 people suffer an acute myocardial infarction (AMI)

in Spain every year. One of the main risk factors is to have high blood pressure.

Regarding this, according to a study done by the University of Wageningen (Netherlands) middle-age people consuming an important amount of fat-free dairy products everyday (such as skimmed milk or low-fat yoghurts) show healthier habits, which will help them to negotiate hypertension problems in the old age.

The key for this conclusion seems to be minerals as the likes of calcium, potassium and magnesium, which can be found in large amounts in milk. And what better way to drink milk than with a good espresso.

COFFEE HELPS US REMEMBER

Although there are coffees that seem to stay in the memory forever – either because of the very coffee or because of our companion... – many of us were unaware that the memory-coffee relation was going beyond that fact.

It was not until Florian Kippelstatter – Doctor at the Innsbruck University's hospital, in Austria – showed up that we realized that coffee is the best ally to keep our draw of memories in order.

Fifteen people between 26 and 47 years took part in an experiment, undergoing functional magnetic resonances. Dr. Kippelstater concluded that caffeine had strengthened the memory functions of the individuals after drinking coffee. The results came from a number of memory tests carried out twice by these people.

This is not the first study that demonstrates coffee benefits in our nervous system and, in addition, supports a drink that is consumed massively at workplaces in the whole world.

COFFEE AGAINST ALZHEIMER AND DEMENTIA

Among these types of studies, we can find, in Hostelvending.com, a three-party experiment done by three neurologists at the University of Kuopio (Finland), the Karoliska Institute of Stockholm and the University of Helsinki.

The results showed that usual caffeine consumers (those who drank between three and five cups of coffee everyday) are less prone to suffering Alzheimer or other neurological deficiencies. Coffee, then, opens a door to the prevention of these types of diseases.



“BEVERAGES WITH CAFFEINE, SUCH AS COFFEE, ARE A VERY IMPORTANT SOURCE OF LIQUIDS IN OUR DIET, CONTRIBUTING TO MAINTAIN A GOOD HYDRATION STATE”

COFFEE AND TEA PREVENT UTERINE CANCER

A new study carried out in the United States found that women who drank several cups of coffee and tea everyday might be in less risk of suffering cancer of the uterus.

According to the results found by the Cancer Institute of Roswell Park, in the state of New York, women who drink more than four cups of coffee and tea everyday are 50% less prone to cancer of the endometrium (the inner membrane of the uterus) than those who do not drink coffee. Likewise, women who only drink tea, more than two cups a day, are 44% less prone to suffering this disease.

It is still unresolved how coffee and tea consumption can protect the uterine endometrium. Nevertheless, caffeine is pointed out as the main protector against the disease.

COFFEE, DIABETES' WORST ENEMY

Mr Jaakoo Tuomilehto, Doctor at Helsinki University, released in a convention held in Ireland last 3 December that people who drink three cups of coffee a day are 30% less prone to diabetes.

According to this study, women who drink up to 10 cups of coffee a day reduce risks by 79% too, whereas men need to drink at least 10 cups of coffee to reduce chances by 50%.

It is not clear how this consumption affects other sorts of diseases, such as insomnia...

COFFEE ALSO QUENCHES YOUR THIRST

Now that we are in the middle of summer and start to feel really hot, our bodies demand from us more water than the rest of the year. It is, thus, convenient to equip ourselves with plenty of fluids to prevent dehydrations, so common in the summer season.

In this sense, beverages with caffeine such as coffee are a very important source of liquids in our diet, contributing to maintain a good hydration state.

And it is relevant to mention that as the human being is 70% water, coffee increases that percentage to 98%, i.e., a good glass of water with the best additive: coffee.

Inversiones inferiores a los 30.000 euros



Las franquicias de **VENDING** **BUENAS, BONITAS Y BARATAS**

LAS TIENDAS AUTOMÁTICAS;
UN NEGOCIO EN EXPANSIÓN
QUE BASA SU ÉXITO
EN EL APOYO DE UNA
MARCA CONOCIDA,
UNOS PROFESIONALES
EXPERIMENTADOS Y LA MEJOR
TECNOLOGÍA "VENDING"

La mayoría de nosotros no miramos con muy buenos ojos el actual clima de incertidumbre económica. No obstante, para otros muchos, es un tiempo de oportunidades, y hacen bueno el dicho de "a río revuelto ganancia de pescadores".

En el contexto actual, las franquicias de vending, ya sean tiendas 24 horas o provee-

dores de productos vending en centros de trabajo y oficinas, presentan sus credenciales como uno de los negocios más atractivos para los tiempos que corren, con la ventaja añadida de una inversión inicial muy inferior al de otros negocios.

INVERSIONES INFERIORES A LOS 30.000 EUROS

Según las últimas cifras publicadas por la asociación de franquicias Barbadillo Asociados, de las 1.177 franquicias registradas en España, 305 requieren una inversión inicial igual o inferior a los 30.000 euros.

El vending es un negocio que basa su eficacia en ir sumando máquinas e ir colocándolas en las plazas más indicadas, como si de un juego de Risk se tratara. No obstante, es también uno de los negocios más democráticos, puesto que convierte en

empresario tanto al que aglutina 50.000 expendedoras como al que está dando sus primeros pasos en esta industria con su primera máquina automática.

VENTAJAS DE LA FRANQUICIA

A este respecto, para aquellos que quieren entrar en este sector con buen pie, el asesoramiento de empresas conocedoras del medio, el apoyo de una marca de renombre y proveerse de la mejor tecnología para los productos y las localizaciones correspondientes son ventajas básicas que aportan las franquicias de vending.

Si a todo ello le añadimos la juventud del sector y el potencial de un canal de compra que se adapta como un guante a los nuevos tiempos, al nuevo emprendedor sólo le queda echar la caña y esperar que pique el pez.

VENDING franchises: GOOD VALUE FOR MONEY

Most of us do not look favourably upon the current economic climate. However, for many others, it is a time for opportunities and making their day in troubled waters.

In the current environment, vending franchises – both 24-hour shops and suppliers of vending products at offices and workplaces – show their credentials as one of the most attractive businesses for these days, with the advantage of its initial investment, much lower than other industries.

SELF-SERVICE SHOPS; AN EXPANDING BUSINESS SUPPORTED BY A WELL-KNOWN BRAND, EXPERIENCED PROFESSIONALS AND THE BEST "VENDING" TECHNOLOGY



INVESTING LESS THAN 30,000 EUROS

According to the last information released by Spanish organization Barbadillo Asociados, out of the 1,177 franchises registered in Spain, 305 require an initial investment equal or inferior to 30,000 euros. The vending industry makes business by adding up vending machines and installing them in the most convenient places, as though it was a Risk game. Nonetheless, it is also one of the most "democratic" businesses, since turns the vending machine operator into a businessman whether he operates 50,000 machines or is given his first steps in the business with his first automatic dispenser.

FRANCHISE ADVANTAGES

With respect to this, for those who want to start off in this industry on the right foot, it is recommended to look for advice of experienced vending companies, the support of a well-known brand and the best technology and locations; all of these qualities are provided by vending franchises.

In addition, we find a young industry with the potential to adapt to the modern times like a glove. Therefore, the new entrepreneur only has to toss his fishing rod and wait for the fish to take the bait.



LA AVEX 2009 DE BIRMINGHAM cierran dos días de exposición vending



A pesar de que las expectativas creadas eran que las cifras de visitantes y expositores fueran bastante menores que en 2007, teniendo en cuenta el actual clima económico y que se trataba del primer año en que la expo se organizaba en Birmingham, los organizadores de la International Vending and Water Exhibition, AVEX, se mostraron satisfechos.

La presencia de productos fue mayoritaria respecto a las máquinas, con el 90% de las marcas de procedencia británica.

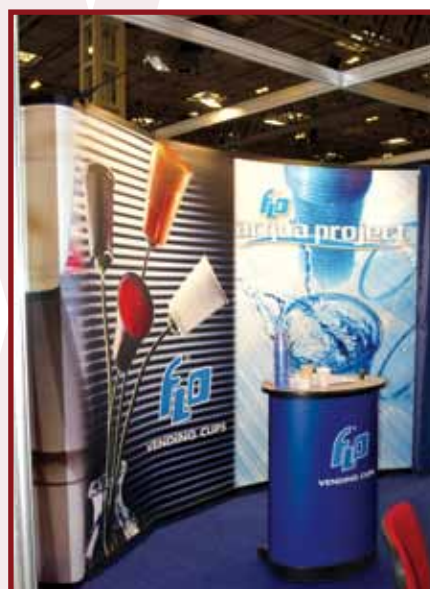
En el ámbito de las máquinas, hubo una sorprendente presencia de soluciones de reciclaje, mientras que las fuentes de agua estuvieron también muy bien representadas, aunque sin alcanzar el número de expositores de la feria de 2007.



HOSTEL VENDING EN LA AVEX

La presencia española fue, más bien, escasa, por no decir inexistente. El único medio de prensa de nuestro país fue, una vez más, *Hostel Vending*, presente en el stand de *AutoVending*, publicación amiga de la *EVPA (European Vending Press Association)*, y líder en el mercado británico. Precisamente, la nota curiosa de la feria fue la invitación por parte del editor de *AutoVending*, *Phill Reynolds*, a los expositores y medios de prensa especializados, a ver el partido de fútbol que enfrentó a Inglaterra con Andorra. Por lo que cuenta nuestra corresponsal, los andorranos no fueron los únicos que acabaron empachados (6-0, el marcador final para los ingleses), puesto que la emisión del partido fue acompañada de una espléndida cena.





BIRMINGHAM'S AVEX 2009 ends after two days of vending showcase



Having the current economic prospect and as the venue had moved to Birmingham for the first time, the organizers of AVEX were worried about the number of visitors and exhibitors, compared to 2007's edition. However, at the end of the event they were quite satisfied.

There was a massive showcase of machines and products – being most of them (90%) from UK's inland market. One of the highlights concerning machines was the surprisingly large presence of recycling solutions. Water coolers were also present in the booths, but not as many as in last year's edition.



HOSTEL VENDING AT AVEX

The Spanish delegation in the fair was very limited, if not null. The only Spanish press representative was, once again, *Hostel Vending*. We were at *AutoVending's* booth, an EVPA (European Vending Press Association) partner and the leading publication in the British vending market. It was indeed *AutoVending's* editor, Phill Reynolds, who planned the most peculiar event in the fair, as professional exhibitors and members of the press were invited to a party night to watch the England vs Andorra football match. The assistants not only cheered the game's score (6-0, England wins), but also the delightful dinner.



Top authorities meet in Viena

Las altas esferas del sector se verán las caras en Viena

Nada más y nada menos que el Palacio Imperial de Hofburg, en Viena, será la sede que acogerá este año el Simposio Europeo del Café, organizado por Allegra Strategies. Se trata de un evento único en su especie, en el que los mayores ejecutivos de la industria europea del café (operadores de café de marca, torrefactores y proveedores de equipamiento, servicio o alimentos) se reunirán el 8 y 9 de octubre para fortalecer relaciones y debatir los temas más candentes del sector.

"CONOCE AL COMPRADOR"

El simposio se abrirá en su primer día con el acto llamado "Conoce al Comprador", en el que los altos directivos presentes se darán a conocer entre ellos mediante un efectivo sistema por el cual podrán concertar un mínimo de diez reuniones a su elección.

El segundo día estará dedicado a las presentaciones y a los discursos, de los que se encargarán personalidades como Gerry Ford (Caffé Nero), Reinhold Schärff (The Coffee Shop Company), el director de marketing de Costa Coffee, y el ex-director del Campeonato Mundial de Baristas.

Allegra's European Coffee Symposium 2009 will take place this year at the Hofburg Imperial Palace, Vienna, on 8 & 9 October. This is a unique event, where the main businessmen in the European coffee industry (leading foodservice operators, contract caterers, motorway services, hotel groups, etc.) will gather together to strengthen relations and discuss the hottest coffee issues.

"MEET THE BUYER"

The Meet the Buyer Programme, to be held on the first day of the Symposium, is a powerful and cost-effective business development tool that allows key industry suppliers to pre-select and set up a minimum of ten quality one-to-one meetings with top European Buyers in just one day.

Friday 9 October 2009 will be a day of lively debate, presentations and panel discussions led by speakers including Gerry Ford, CEO of Caffè Nero; Jim Slater, Marketing Director of Costa Coffee; Reinhold Schärff, Head of Schärff Group (The Coffee Shop Company); and Instaurator, Author of The Espresso Quest and Former Executive Director of the World Barista Championship Ltd.



VIT
VAN HOUTEN
SINCE 1873

Descubre todo lo que puede ser una bebida de chocolate

Visítanos en la feria Eu'Vend y descubre qué producto Van Houten se convertirá en el favorito de tus clientes.

Eu'Vend 10-12 septiembre, 2009
Köln Messe • Stand C070 - D071 Hall 8.1

Siempre tendrás ganas de tu próximo Van Houten

www.vanhoutendrinks.com
Para más información, contacta con:
Barry Callebaut Suecia AB
Tel. +46 418-450-350

Good reasons to attend Eu'Vend 2009

Buenas razones para asistir a Eu'Vend 2009

Eu'Vend, la feria sectorial internacional para la industria del Vending, que se celebra en Colonia por cuarta vez entre el 10 y el 12 de septiembre de este año, no sólo reunirá en una misma sede oferta y demanda, sino que también demostrará nuevas visiones y perspectivas del sector.

El objetivo de Eu'Vend es jugar un papel protagonista en el segmento de las exposiciones internacionales de vending. Será también un lugar general para las innovaciones, nuevos contactos y negocios, no sólo para los visitantes europeos; también estarán allí numerosos mercados competidores como Rusia o los Emiratos Árabes Unidos, Bielorrusia, Ucrania, Japón, Corea del Sur, Australia y varios otros que se espera asistan a la exposición.

Eu'Vend es uno de los eventos de la industria del vending donde más visitantes importantes se pueden encontrar. En la última edición asistieron 227 expositores-competidores de 17 países que presentaron sus productos y servicios.

UN EVENTO ÚNICO

La Eu'Vend es un evento único, tanto a nivel nacional como internacional. El 35% de los expositores y cerca del 40% de los visitantes provienen del extranjero.

El evento se ve apoyado por una amplia cobertura mediática. En 2007, periodistas de 28 países informaron sobre la feria de Colonia.

EN PLENO CENTRO DE EUROPA

Ubicada en pleno corazón de Europa, el centro de exposiciones de Colonia conecta directamente con los mercados en creci-



miento más lucrativos, gracias a sus excelentes comunicaciones con aeropuertos internacionales próximos y su estación de tren de alta velocidad.

Colonia es, además, una ciudad atractiva de un millón de habitantes. Encantadora, cosmopolita y hospitalaria, ofrece un amplio número de actividades y entretenimientos durante las horas anteriores y posteriores a la feria.

Eu'Vend, the International Trade Fair for the Vending Industry, which will be held in Cologne for the fourth time from 10th to 12th September 2009, will not only bring supply and demand together at a single location, but also demonstrate new visions and perspectives for the vending sector.

The Eu'Vend aims to play a leading role in the international vending exhibition sector. It will also be a general place for innovations, new contacts and business not only for European visitors. Many competitors from important international traders such as Russia, UAE, Belarus, Ukraine, Japan, South Korea, Australia and more will be expected on the exhibition. Organizers released 10 good reasons for attending Eu'Vend:

Eu'Vend is one of the European vending events where to meet more top visitors in a short time period. In 2007, 227 exhibitors from 17 countries showcased their products and services at the last Eu'Vend.

IN A CLASS ALL ITS OWN

In a class all its own, at the national and international levels 35% of exhibitors and nearly 40% of visitors at Eu'Vend are from abroad. Eu'Vend uses a targeted, consistent approach to bring together the supply and demand of the entire vending sector.

The event is supported by an extensive press coverage. In 2007, journalists of 28 countries reported on the Cologne trade show.

RIGHT IN THE HEART OF EUROPE

Located in the heart of Europe, the Cologne exhibition centre connects you directly to the lucrative growth markets, thanks to its excellent links to nearby international airports and its own high-speed rail station right outside the gates. Cologne is, in addition, an attractive city of one million inhabitants in the centre of Europe. Charming, cosmopolitan and hospitable, it offers a wide array of entertainment and activities for the hours before and after the fair.

Eatin'out: out-of-home food convention

Eatin'out: convención para la alimentación fuera del hogar

Del miércoles 18 al viernes 20 de noviembre de 2009, organizado por Ifema, tiene lugar en Feria de Madrid la quinta edición de Horeq, el Salón del Equipamiento para Hostelería.

Tres días para la concentración efectiva de oferta y demanda entorno al encuentro profesional del mundo de la hostelería.

En coincidencia con Horeq, tendrá lugar *Eatin'out*, II Convención internacional para el Foodservice, que congregará a fabricantes y compradores de alimentación fuera del hogar.

En la pasada edición de Horeq, celebrada en 2007, se dieron cita 17.144 visitantes profesionales registrados, que pudieron comprobar las últimas novedades en hostelería por medio de 334 empresas expositoras.

From Wednesday 18 to Friday 20 November, 2009, Ifema holds at its expo center in Madrid the 5th edition of Horeq,



the Catering Equipment Trade Show. During three days, supply and demand in the professional catering sector will effectively meet on the same spot.

Parallel to Horeq, the 2nd Foodservice International Convention (*Eatin'out*) will summon together out-of-home food manufacturers and buyers.

The last edition of Horeq, held in 2007, was attended by 17,144 registered professionals, who met first-hand the latest offer in catering by 334 exhibiting companies.

el magico mundo de la tecnología

PLATINUM
sistema de pago cashless a 100 precios
disponible en las versiones Executive - MDB - BDV

TITANIUM
sistema de pago cashless a 15 precios
disponible en las versiones Executive - MDB

IRIDIUM
sistema de pago cashless a 10 precios
disponible en versión MDB

KEY Y CARD
lectores de llave y tarjeta transponder

PROFIT
monedero de cambio de 5 tubos con
bloqueo patentado del cajón de los tubos

COGES
experience + innovation

Filial: Coges España Medios de Pago, S.L.
C/ La Granja nº 15 - Bloque B - 2ª Planta / B-3 - 28108 Alcobendas (Madrid) - España - Tel. +34 91 490 13 11 - Fax +34 91 662 72 57 - Email: coges.es@coges.eu - www.coges.es

Fuentes de agua en Europa Occidental: EN VERANO SE PODRÍAN SUPERAR LOS 3 MILLONES DE UNIDADES

POCAS VECES UN VERANO FUE TAN ESPERADO COMO ÉSTE DE 2009 PARA UN IMPORTANTE SEGMENTO DE LA INDUSTRIA VENDING: LAS FUENTES DE AGUA O COOLERS. CON EL SECTOR INDUSTRIAL CHORREANDO PÉRDIDAS IMPORTANTES, LA ÉPOCA DEL AÑO EN QUE NOS ENCONTRAMOS SURGE COMO EL MOMENTO ADECUADO PARA INICIAR LA RECUPERACIÓN. Y EN EL CASO CONCRETO QUE NOS OCUPA, QUÉ MEJOR OCASIÓN QUE EL ESTÍO, CUANDO LA NECESIDAD DE AGUA ES MÁS IMPORTANTE, PARA PROMOCIONAR NUEVOS PRODUCTOS, ESTABLECER VÍNCULOS CON NUEVOS CLIENTES O EXTENDER SINERGIAS CON OTROS SEGMENTOS DEL VENDING. Y ES QUE, EN ESTE VERANO, CADA GOTA CUENTA.



Según el último informe de la consultoría de mercados de alimentación y bebidas, Zenith International, la industria de las fuentes de agua en Europa Occidental se está aproximando rápidamente a las 2,8 millones de unidades en uso activo. El crecimiento en estos últimos cuatro años ha sido espectacular, cercano al 30%.

Incluso, si nos remontamos al año pasado, en la fase inicial e intermedia de esta crisis, el ascenso alcanzó el 3%.

ITALIA Y EL REINO UNIDO COMO EJEMPLOS

“Las fuentes POU – *Punto de Uso*, por sus siglas en inglés, y que hacen referencia a las fuentes que tratan el agua de canalización pública – conforman un mercado joven, pero de rápido crecimiento, mientras que el mercado de las fuentes de garrafa está ya consolidado y sufre, ahora, la competencia de las fuentes conectadas al suministro público”, explica a *Hostel Vending* Federica Diotallevi, directora de marketing del fabricante italiano Cosmetal. Una firma que está disfrutando del éxito nacional e internacional de su último modelo, Nives, tanto para uso doméstico como en oficinas.

Según el informe de Zenith, Italia y el Reino Unido son los países con mayor número de coolers en Europa Occidental, con una cuota combinada del mercado superior al 40%. Sin embargo, el comportamiento de estos dos mercados el año pasado ha sido bastante diferente. Mientras en Italia el sector ha crecido de modo notable, en el Reino Unido la evolución fue la contraria.

Precisamente, en el país británico se encuentra una de las empresas pioneras de la industria de coolers, Oasis Europe. Para su director comercial y de marketing, Willie McCaskill, este mercado se encuentra en diferentes estados de desarrollo en cada país: “El mercado británico fue uno de los primeros países en adoptar el concepto de coolers de botellón. No obstante, Europa está viviendo en los últimos 2 ó 3 años una tendencia hacia las fuentes POU. En este sentido, cada mercado es diferente y precisa de diferentes propuestas. Ésta es la razón por la que, en el caso de Oasis, tenemos directores regionales de ventas por toda Europa, que poseen el conocimiento necesario para cada mercado”.

REACCIONES AL ACTUAL CLIMA ECONÓMICO

Los diferentes comportamientos del mercado dependiendo del país tienen su reflejo en el informe de Zenith. Así, puede llegar a sorprender que en momentos muy complicados para varias industrias, los mercados de fuentes de agua en países como Grecia, Dinamarca o la misma Italia hayan experimentado crecimientos importantes, mientras que el mercado holandés, una de las economías europeas más poderosas, experimentó declives netos en sus ventas de coolers. Para Federica Diotallevi, el sector tiene el potencial para mantener su crecimiento o recuperarse en los países donde ha sufrido pérdidas, incluso, en un momento tan complicado como el actual: "La crisis económica está afectando a cada sector y cada país, por lo que es muy probable que afecte también a nuestra industria. Sin embargo, los beneficios económicos y medioambientales que ofrece este producto pueden limitar sus efectos negativos".

McCaskill va incluso más allá, señalando que la industria continúa creciendo en varios segmentos: "La actual crisis económica en la mayoría de los países miembros de la UE ha afectado las ventas de fuentes de agua de botellón. No obstante, hemos apreciado un aumento en el número de fuentes POU".

DOS CONCEPTOS QUE COMPITEN Y QUE SE COMPLEMENTAN

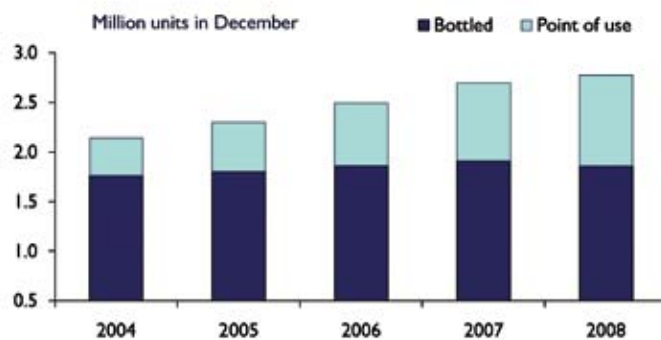
Las palabras del director comercial y de marketing de Oasis Europe se ven refrendadas por los datos de Zenith. Aún más llamativo es el dato relativo a las fuentes "Punto de Uso", donde el crecimiento se situó en el 17%, y que compensó, en las cifras totales del mercado de coolers, la caída del 3% en las fuentes de botellón. Sin embargo, esto no significa, ni mucho menos, el fin del botellón: "Tanto las fuentes de botella como las POU presentan ventajas que dependen del emplazamiento donde se instalen. Como proveedor de una completa gama de fuentes, ofrecemos a nuestros distribuidores una línea de productos para ambos segmentos, ofreciéndoles la posibilidad de ser los únicos proveedores para su cartera de clientes", nos apunta el director comercial y de marketing de Oasis.

Por su parte, Federica Diotallevi opina que hay muy buenas razones para escoger ambos productos: "Las fuentes de botella son para los más tradicionalistas/conservadores. Son muy útiles para aquellas ubicaciones que no están conectadas al suministro público de agua. Además, son máquinas que sólo se necesitan enchufar y listo. Por otro lado, el consumidor tiene que confiar en el distribuidor de botellas de agua, mientras que con las fuentes POU el consumidor final es completamente independiente, pudiendo despachar tanta agua como quiera. El funcionamiento de este tipo de coolers es muy sencillo, puesto que sólo requieren de una conexión a la traída municipal y su instalación por parte de un fontanero o un técnico".

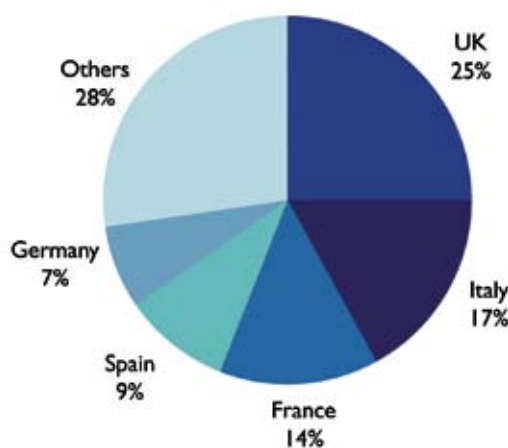
El operador que quiera tener cubiertos todos las necesidades de sus clientes debe contar con ambos tipos de coolers. Además, la oferta puede ser todavía más completa si añadimos una buena diversidad de snacks y bebidas calientes. A este respecto, desde Portugal nos llega un concepto bastante original que combina las virtudes del vending y de las fuentes del



WEST EUROPE COOLER NUMBERS 2004-08



WEST EUROPE COOLER COUNTRIES, 2008



Total 2.77 million units

zenithinternatic

agua. Bajo el nombre de Twist encontramos una solución compacta, cómoda y personalizada, de funcionamiento sencillo, para el operador de fuentes de agua que quiera incorporar snacks y otro tipo de bebidas en las oficinas de sus clientes. Un concepto de máquina hasta cinco veces más barato que una máquina de vending tradicional y que es ideal para completar una oferta donde la pieza básica sigue siendo el cooler.

UN VERANO REFRESCANTE

El optimismo para este verano está más o menos generalizado. Zenith prevé que se instalen más de 700.000 coolers en los próximos cinco años en toda Europa Occidental (lo que elevaría el número a un total de 3,5 millones, el 40% fuentes POU).

El primer gran empujón puede venir dado este mismo verano: "Trabajamos en una industria muy susceptible a los cambios climáticos, por lo que yo anticiparía que si tenemos un verano parecido al de 2007, se incrementarán las ventas. Cuando hace calor, la gente necesita mantenerse hidratada, sin importar si es a través de fuentes de botellón o POU", comenta con mucha lógica Willie McCaskill. Para el que le quedaba alguna duda, el verano es la mejor época para vender agua, tan claro como...



WATER COOLERS: the 3-million-unit barrier could be broken in Western European market

FEW TIMES IN LIFE A SUMMER WAS SO EAGERLY AWAITED AS THIS YEAR'S BY AN IMPORTANT PART OF THE VENDING INDUSTRY: THE WATER COOLERS. WITH THE INDUSTRY DRIPPING IMPORTANT LOSSES, THIS TIME OF THE YEAR COMES UP AS THE RIGHT MOMENT TO START THE RECOVERY. IN THE PARTICULAR CASE OF THIS MARKET, WHAT A BETTER SEASON OF THE YEAR THAN SUMMER – WHEN THE NEED FOR WATER IS MOST IMPORTANT – TO PROMOTE NEW PRODUCTS, ESTABLISH RELATIONSHIPS WITH NEW CLIENTS OR ACTIVATE SYNERGIES WITH OTHER VENDING SEGMENTS. INDEED, EACH DROP COUNTS THIS SUMMER.

According to the last report from the food and drink consultancy Zenith International, the water cooler industry is fast approaching to 2.8 million units in active use. The growth over last four years has been spectacular, nearing 30%.

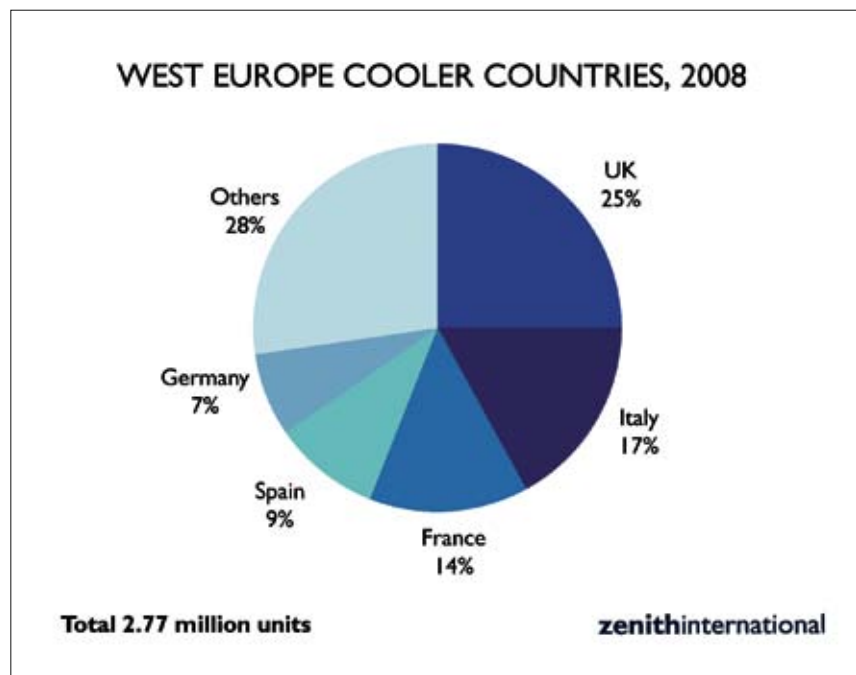
Furthermore, if we go back to last year, in the first and intermediate phases of the economic downturn, the market still grew by 3%.

ITALY AND THE UNITED KINGDOM AS EXAMPLES

“POU – Point of Use coolers are those who re-treat drinking water at the point of

consumption to improve taste – is a young market but it is growing fast. Bottled water cooler is a mature market which is suffering from POU competition,” Federica Diotallevi, marketing director for Italian manufacturer Cosmetal, explains to *Hostel Vending*. Her firm is enjoying national and international success with its latest model, Nives, both for offices and domestic use.

According to Zenith International, Italy and the UK are the countries with the largest number of coolers in Western Europe, with a combined unit share of over 40%. These two markets, nevertheless, behaved in different way last year. Whereas the industry



has largely expanded in Italy, the UK market evolved in quite different way.

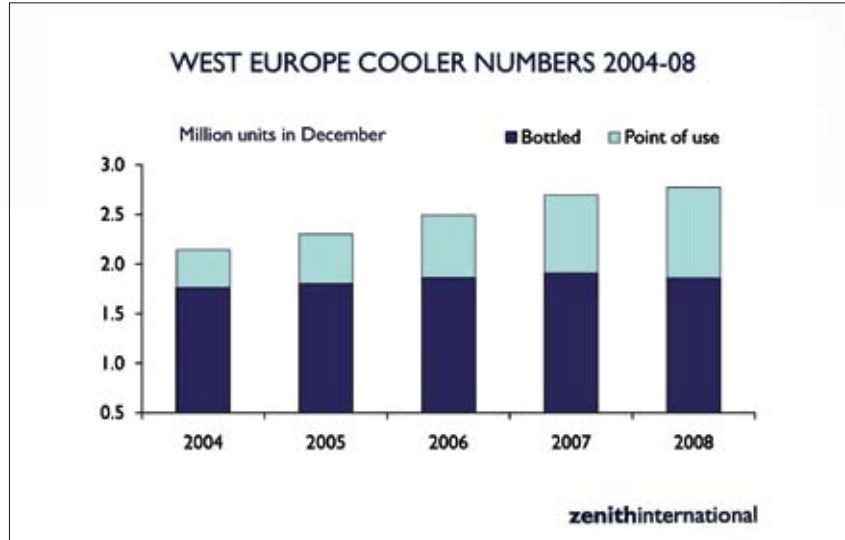
Particularly, in Britain is where we find one of the pioneering companies in the cooler industry, Oasis Europe. According to the marketing and sales director, Willie McCaskill, this market is at different stages of development by country: "The UK market adopted the concept of Bottle Water Coolers earlier than most countries. Europe has seen over the last 2-3 years a trend towards POU. Every market is different and requires different approaches. This is why Oasis has local Regional Sales Managers across Europe who have the necessary knowledge of each market."

REACTIONS TO THE CURRENT ECONOMIC CLIMATE

The different ways country markets are behaving mirror on the last Zenith's report. Thus, it comes as a surprise that in very complicated times for several industries, cooler markets in countries as the likes of Greece, Denmark or the very Italy have experienced significant growths whereas the Dutch market, one of the most powerful economies, suffered a fall in its net sales.

For Federica Diotavelli, the industry has the potential to keep on growing or recover in the countries where sales turned down, even in the current economic climate: "The economic downturn is affecting every sector and every country, thus, it is very unlikely it will save this industry. However, the economic and environmental benefits the product offers may limit the negative effects."

McCaskill goes one step beyond, pointing out that the industry continues to grow in several segments: "The current economic downturn in most EU member has affected bottled water cooler



sales. We have also seen a rise in the number of POU placements."

TWO CONCEPTS COMPETING AND COMPLEMENTING EACH OTHER

Words from Oasis Europe marketing and sales director are ratified by Zenith's study. Still more eye-catching is the information related to the Point-of-Use market, showing a 17% growth that made up for the 3% decline in bottled cooler placements. However, this does not mean the end of the bottled concept: "There are advantages with both bottle and POU depending on the site of the installation. As a comprehensive supplier, we offer our distributors a range of product across both sectors to allow them to become one stop water cooler providers to their customer base," says Oasis director of sales and marketing.

On the other hand, Federica Diotallevi thinks that there very good reasons to go for both products: "Bottled water coolers are for the traditionalists/conservatives. They are very useful for those places without water connections and are plug-and-play machines; they are immediately available without any installation. However, the customer relies on the bottled water distributor. With POU coolers, the end customer is completely independent, he can dispense as much water as he wants. The cooler is very easy to use but it

requires a water connection and a quick installation by a plumber or a technician."

Operators that want to cover all the requirements of their clients must include both types of coolers in their range of products. In addition, our portfolio can be even more complete if we add a good range of snacks and hot drinks.

Regarding this, we find a very original concept combining the performance of both vending machines and coolers. Under the Twist brand, we find a compact, convenient and easy vend solution tailor-made to provide snacks and beverages to water cooler operators in offices and workplaces. The machine costs up to five times less than traditional vending machines and is ideal to complete a vending range where the cornerstone is still the water cooler.

A REFRESHING SUMMER

The cooler industry is generally positive. Zenith predicts that, "during the next five years, over 700,000 cooler units will be installed across West Europe, bringing the combined installed base to around 3.5 million in 2013, with the share of POU expected to surpass 40%."

The first big boost to the market might come this very summer: "We work in an industry that is very susceptible to the changes in climate and I would anticipate that, if we have a summer similar to 2007, then sales will pick up. In hot weather people need to keep hydrated, no matter the choice between Bottled and POU coolers," Mr McCaskill says with good reason. Summer is the best season to sell water; as clear as day, or water...

There is a vending machine every 187 people in Europe

En Europa hay una máquina de vending por cada 187 habitantes

LA EVA APROVECHÓ EL ESCENARIO DE LA FERIA AVEX, EN BIRMINGHAM, PARA PRESENTAR DOS ESTUDIOS EN PROFUNDIDAD SOBRE EL MERCADO DEL VENDING, LLEVADOS A CABO EN COLABORACIÓN CON LOS ANALISTAS DEL MERCADO DATAMONITOR.

THE EUROPEAN VENDING ASSOCIATION TOOK ADVANTAGE OF THE SPACE PROVIDED BY THE AVEX SHOW, IN BIRMINGHAM, TO INTRODUCE TWO NEW IN-DEPTH STUDIES ON THE VENDING MARKET, CARRIED OUT IN COLLABORATION WITH BUSINESS INFORMATION PROVIDER, DATAMONITOR.

Entre los datos más importantes que pudo recoger nuestra corresponsal en la feria inglesa, está la cifra de 295 millones de ciudadanos europeos que hacen uso de las máquinas de vending, al menos, una vez a la semana.

CASI 4 MILLONES DE MÁQUINAS

El sector facturó alrededor de 13.300 millones de euros en 2008, siendo el segmento de las bebidas calientes el de mayor peso.

Por otro lado, el lugar preferido para instalar las máquinas de vending siguen siendo los centros de trabajo y oficinas. Este dato, junto con el anterior, determina que las horas punta para el consumo a través de las máquinas automáticas sean a media mañana y las primeras horas de la tarde.

Según las cifras recogidas por Datamonitor, existen unas 3.800.000 máquinas de vending en Europa (una expendedora por cada 187 personas).

LOS PROS Y CONTRAS DEL VENDING

El estudio también recoge tres factores claves de impulso de este canal: comodidad, venta por impulso y la fragmentación en las horas destinadas a comer.

Datamonitor también apunta a una oferta limitada de medios de pago y productos "premium"; la competencia de otros canales en crecimiento, como los coffee shops, y el escaso conocimiento sobre el

canal vending del consumidor final, como las principales barreras para su desarrollo.

Por ello, el estudio propone "ganarse" los corazones de los consumidores, mejorando la imagen del vending y dar a conocer todo lo que hay detrás de una máquina expendedora. También se sugiere a los operadores que afinen su puntería a la hora de escoger las plazas donde instalar sus máquinas. La ecuación es bien sencilla: ubicaciones y máquinas más efectivas.

Por último, se hace especial hincapié en la creación de productos gourmet, especialmente en el segmento de las bebidas calientes.

Among the most important information collected in this report by our correspondent at the English show, we find that 295 European citizens make use of vending machines at least once a week.

NEARLY FOUR MILLION MACHINES

The industry cashed in about 13,300 million euros in 2008, with hot drinks as the best performer.

On the other hand, the favourite places to install vending machines are still workplaces and offices. This piece of information, along with the one above, bring about that the peak hours for consumption through vending machines are at mid-morning and early afternoon.

According to Datamonitor's figures,



there are around 3,800,000 vending machines in Europe (one vending machine every 187 people).

VENDING'S PROS AND CONS

The study shows three key factors for vending expansion: convenience, impulse buying and fragmentation of the eating hours. Datamonitor also points out a limited range of payment methods and "premium" products; competence with other growth channels – such as coffee shops – and limited knowledge of the vending channel by the final consumer, as the main barriers to its development.

Because of these facts, the study encourages operators to "win consumers' hearts," enhancing the vending image and bringing attention to all the work behind a vending machine. Vending operators are also suggested to refine the search of the best locations for their machines. The equation is very simple: more efficient machines and locations.

Finally, the report stresses the importance of gourmet products, especially in the hot drink segment.

NESCAFÉ®

Nestlé
PROFESSIONAL



GANA

**1 TELEVISOR LCD,
1 VIDEOCÁMARA DIGITAL
o 1 EQUIPO DE AUDIO**

JVC

TODOS LOS MESES



La promoción, que ya comenzó el pasado 31 de abril y que finaliza el 31 de julio, premia la fidelidad de los clientes de NESCAFÉ, una marca que siempre está presente en el Canal Vending como uno de los pilares estratégicos de la empresa.

Esta segunda edición de la promoción está resultando un éxito, tanto en participación de los consumidores como en visitas y registros en la web.

Toda la información sobre esta promoción de Nestlé Professional se encuentra en:
www.nescafe.es/vasos



Partnership between EVA and European POU Drinking Water Association

Alianza entre la EVA y la Asociación Europea de Puntos de Uso de Agua

La Asociación Europea de Vending anunció en la ciudad de Birmingham, con ocasión de la feria de vending Avex, una nueva alianza con la Asociación Europea de Puntos de Uso de Agua (EPDWA).

La EPDWA, que tiene su sede central en Reading, en el Reino Unido, defiende los intereses de la industria de los fabricantes y distribuidores de enfriadores POU (del inglés Point-of-Use).

Ambas partes reflejaron su satisfacción por seguir sumando efectivos en la defensa del sector y por tener más voz en Bruselas, donde se deciden regulaciones claves para la industria.

The European Vending Association (EVA) announced in the city of Birmingham (UK), at the Avex vending show, a new



partnership with the European Point-of-Use Drinking Water Association (EPDWA).

The EPDWA, headquartered in Reading (UK), defends the interests of Point-of-Use (POU) manufacturers and distributors.

Both EPDWA and EVA expressed their satisfaction for joining forces and ensure that the voice of the vending and cooler industries will be represented in Brussels, where key regulations are decided.

“Eurovending” show is postponed and a Convention-Exhibition will be held instead

“Eurovending” se suspende y se celebrará un congreso-exposición en su lugar

Los organizadores de Eurovending 2009 emitieron un comunicado en donde se señalan las nuevas fechas y ubicación del evento, que pasa a convertirse en “Congreso y Exposición”.

El comunicado, firmado por el director de Eurovending, Víctor Fernández, señala como causas para el cambio las dificultades económicas por las que atraviesan fabricantes y distribuidores de máquinas vending para afrontar la inversión de exponer en la feria, todo ello, a pesar de “contar con la reserva de 79 expositores”.

Por esta razón expuesta, Aneda ha deci-

dido congelar la edición de 2009 y “buscar una fórmula que permitiese satisfacer la necesidad de realizar un evento del máximo nivel, conciliándolo con unos precios absolutamente contenidos”.

El evento tendrá lugar el Hotel Auditorium de Madrid. Los precios para los expositores irán desde los 960 hasta los 4.800 euros (stand incluido).

Organizers of the Spanish Eurovending trade show released the new dates and location for this year’s event, which will turn into a “Convention and Exhibition.”



In a press release signed by Eurovending’s director, Víctor Fernández, it is explained that economic difficulties endured by manufacturers and distributors are behind this move, despite “there are 79 exhibitors who have booked spaces.”

For this reason, the Spanish Vending Association (Aneda) has decided to postpone the 2009 edition and “search for new ways to make an event of the highest level with moderate prices.”

The event will be held at the Hotel Auditorium in Madrid. Prices for exhibitors range from €960 to €4,800 euros.

New partnership of the European Vending Association with HostelVending

Acuerdo de colaboración entre la EVA y Hostel Vending



La Asociación Europea de Vending (EVA) mostró su satisfacción tras llegar a un acuerdo para la constitución de una sociedad con algunas de las publicaciones especializadas de vending más prestigiosas del mundo.

Entre ellas, como no, se encuentra *Hostel Vending*, que recibirá información de primera mano de la EVA, para su posterior publicación. Con este acuerdo, *Hostel Vending* se consolida aún más como una referencia mundial en la industria del vending.

Otras publicaciones que se beneficiarán del pacto alcanzado con la EVA son *Vending Report*, *Vending News*, *DA Italia*, *Mundo Vending* y *Auto Vending*. El total de suscriptores que reúne este grupo de publicaciones llega a los 45.000 en todo el mundo. Catherine Piana, directora general de la EVA, declaró al respecto: “Es un honor tener socios de tal relevancia en la industria”.

The European Vending Association was pleased to announce a new partnership with some of the main vending specialized publications worldwide.

HostelVending was, obviously, one of the chosen ones. The EVA will provide our publication with first-hand information. With the completion of this agreement, *HostelVending* becomes, once again, well established as a world reference in the vending industry.

Other publications taking part in this programme are *Vending Report*, *Vending News*, *DA Italia*, *Mundo Vending* y *Auto Vending*. These account for a total of around 45.000 subscribers in all parts of the world. Catherine Piana, director general of the EVA, declared: “we feel honoured to have partners with such relevance in the industry”.

coinco

Global€

UN MUNDO EN CAMBIO

Money Controls SA
 Sancho de Avila 52-58 08018 Barcelona, España
 Tel: +34 933 002 496 Fax: +34 933 002 608
 sales@moneycontrols.es
 www.moneycontrols.com



Nearly 150 vending machines installed at the new Barcelona airport's terminal

Casi 150 máquinas de vending en la nueva T1 del aeropuerto de Barcelona

Un total de 145 máquinas de vending comenzarán a funcionar el pasado 16 de junio, en la flamante nueva terminal del Aeropuerto de El Prat (Barcelona), la T1.

La T1 ocupa una extensión de 525.400 metros cuadrados y contará con 40 tiendas y 43 locales de restauración en 19.600 metros cuadrados destinados a su oferta comercial.

El Grupo Areas se ha hecho con la concesión de 145 máquinas de vending, además de 17 tiendas, cinco restaurantes y dos cantinas. Para el primer día se esperan más de 30.000 pasajeros, lo que supone una media de una máquina expendedora por cada 206 personas.

A total of 145 vending machines started to operate last 16 June at the brand-new T1 terminal of El Prat airport, in Barcelona.

The new 525,400 sq. m terminal will have 40 shops and 43 restaurants within 19,600 sq. m used for commercial purposes. Areas Group has been granted the concession to operate these automatic dispensers, as well as 17 shops, 5 restaurants and two bars. It is expected that the airport will manage an average of 80,000 passengers daily, which means that there will be a vending machine working for every 552 people.

Navarra's government will regulate milk vending machine installation

El Gobierno de Navarra regulará la instalación de máquinas de leche

La Comisión de Desarrollo Rural y Medio Ambiente del Parlamento de Navarra aprobó, el pasado 6 de mayo, una resolución por la que se insta al Gobierno de la Comunidad foral regular la instalación de máquinas de vending de leche. En dicha resolución se insta también a no autorizar nuevos puntos de venta mientras no exista la susodicha regulación.

El segundo punto de la moción hacía alusión a que el Gobierno foral debería dar prioridad a los productores de leche navarros en el otorgamiento de licencias, en detrimento de aquellos provenientes del sector comercial o industrial. Sin embargo, este punto fue rechazado con los votos de UPN, PSN y CDN.

La exposición de motivos de la reglamentación avala la reglamentación por "el éxito obtenido por esta fórmula de venta directa".

The Committee on Rural and Environmental Development of Navarra's regional Parliament passed, last 6 May, a resolution urging the regional government of this Spanish autonomous region to regulate the installation of milk vending machines in the territory. Navarra's government is also urged to suspend the authorization of new automatic points of sale as long as the new regulations are not passed.

The statement of legal reasons supports the new regulations based on "the success experienced by this way of direct sale."

A British machine vends pumps in night clubs

Una máquina inglesa vende zapatillas en las discotecas

Una máquina de vending inglesa vende zapatillas en las discotecas. Una marca británica es la responsable de una nueva idea que está haciendo más agradable



para las mujeres la vuelta a casa de una noche de marcha en Birmingham, Cambridge o Southampton.

La máquina de vending de Rollasole, instalada ya en casi 30 discotecas, dispensa unas cómodas zapatillas que, sin duda, aliviarán los pies de aquellas que a altas horas de la mañana comienzan a estar hasta la coronilla de sus estrechos y rígidos zapatos de tacón. La máquina expide los zapatos en tres colores diferentes, enrollados dentro de una caja con una bolsa personalizada. El precio de venta es de 5 libras (un poco menos de seis euros), bastante asequible, por lo que parece, ya que una vez que se instala la máquina en un nuevo local, el producto se agota con rapidez. Y es que, a ciertas horas de la noche, prima más la comodidad que la apariencia...

A British brand is responsible for the introduction of a new idea which is making the return to home a more pleasant walk for women in towns as the likes of Birmingham, Cambridge or Southampton.

Rollasole's vending machine – installed in nearly 30 night clubs – dispenses comfortable pumps that relieve the feet of those who, at late hours in the morning, start to be fed up with their tight and rigid stiletto. The shoes are vended in three different colours, rolled inside a box in a customized bag.

The shoes seem very affordable at the price of 5 pounds since their stock runs out very quick whenever the machine is installed in a night club for the first time. It looks clear that, at certain hours, comfort always beats appearance.

Coffee amounts to 64% of all hot drinks consumed in Spain

El café representa el 64% de todas las bebidas calientes que se consumen en España

El café sigue siendo, con mucha diferencia, la bebida líder en el segmento de bebidas calientes en España, con un 64% de cuota de mercado, según apunta el último estudio de Euromonitor.

Nuestro país continúa posicionado como uno de los mayores consumidores de café fuera del hogar, bien a través de canales de catering y restauración, bien a través de máquinas de vending.

Existe una fuerte concentración de los productores, con Nestlé España S.A. (27,6%), Sara Lee Southern Europe S.L. (18,3%), Nutrexpa S.A. (12,8%) y Kraft Foods Iberia S.L. (7%) como grandes monopolizadores del sector.

Nestlé continúa liderando las ventas de bebidas calientes gracias, especialmente, a la fuerte presencia de Nescafé. Por marcas, los líderes son Marcilla (Sara Lee Corp.) con un 13% de cuota del mercado; Cola Cao (Nutrexpa S.A.), con un 12,6%; Nescafé (Nestlé S.A.), 11,4%; Saimaza (Kraft Foods Inc.), 7% y Bonka (Nestlé S.A.), con un 6,3%.

El mercado español movió un volumen de 205 mil toneladas de bebidas calientes en el año 2008, de las cuales, 130.500 correspondieron a café y sólo 4.100 a té. El resto de bebidas calientes, entre las que se encuentran, sobre todo, diferentes tipos de chocolate, sumaron un total de 70.400 toneladas.

Coffee is still, by far, the leading beverage in the Spanish hot drink industry, representing around 64% of the whole market, according to last Euromonitor's report.

Spain keeps its privileged position among the countries with highest out-of-home coffee consumption rate, both through catering and vending channels.

There is a strong concentration in coffee producers, led by Nestlé España S.A. (27,6%), Sara Lee Southern Europe S.L. (18,3%), Nutrexpa S.A. (12,8%) and Kraft Foods Iberia S.L. (7%).

Nestlé is still leading hot drink sales thanks, above all, to the strong presence of the Nescafé brand in the Spanish market. Particularly, the leading brands in Spain are Marcilla (Sara Lee Corp.) with 13% unit share; Cola Cao (Nutrexpa S.A.), with 12.6%; Nescafé (Nestlé S.A.), 11.4%; Saimaza (Kraft Foods Inc.), 7% and Bonka (Nestlé S.A.), with 6.3%.

The Spanish market moved 205 tons of hot drinks in 2008, with 130,500 tons corresponding to coffee and only 4,100 to tea. The rest of hot drinks, especially hot chocolate, amounted to a total 70,400 tons.

VS
VENDING SYSTEM
Fuentes de Agua

TENEMOS UNA GRAN FAMILIA
y queremos presentársela

WATER COOLERS DE CALIDAD

Tel. (0034) 96 645 68 38 - Fax: (0034) 96 645 68 39
C/ Sedassers, 3 - P.I. Les Galgues - Apartado de Correos, 149
03750 Pedreguer - Alicante - Spain
www.vendingsystem.net

El Vending en BRASIL A RITMO DE SAMBA

BRASIL ESTÁ PASANDO POR UN MOMENTO DULCE. EL PAÍS ESTÁ CONSIDERADO POR LOS ANALISTAS FINANCIEROS COMO EL MOTOR DE LA ECONOMÍA LATINOAMERICANA EN LA ACTUALIDAD. A PESAR DE QUE LA CRISIS MUNDIAL TAMBIÉN SE HA HECHO NOTAR, EL FONDO MONETARIO INTERNACIONAL PREVEÍA UN CRECIMIENTO DEL 4,8% PARA EL PRESENTE CURSO. EL PASADO AÑO, SU PRESIDENTE LULA DA SILVA ANUNCIABA LA CREACIÓN DE 1,3 MILLONES DE EMPLEOS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE, CIFRA RÉCORD QUE YA QUISIÉRAMOS POR ESTOS LARES. GRACIAS A LOS AIRES DE BONANZA QUE SOPLAN EN BRASIL, EL VENDING VISLUMBRA UNA ETAPA DE ESPLENDOR.

“LAS PREVISIONES DE 2008 CALCULAN QUE LA INDUSTRIA GENERÓ ENTRE 540 Y 565 MILLONES DE REALES (190 A 200 MILLONES DE EUROS); UN AUMENTO DE ENTRE EL 20 Y EL 25 POR CIENTO”



UN MERCADO QUE FUNCIONA

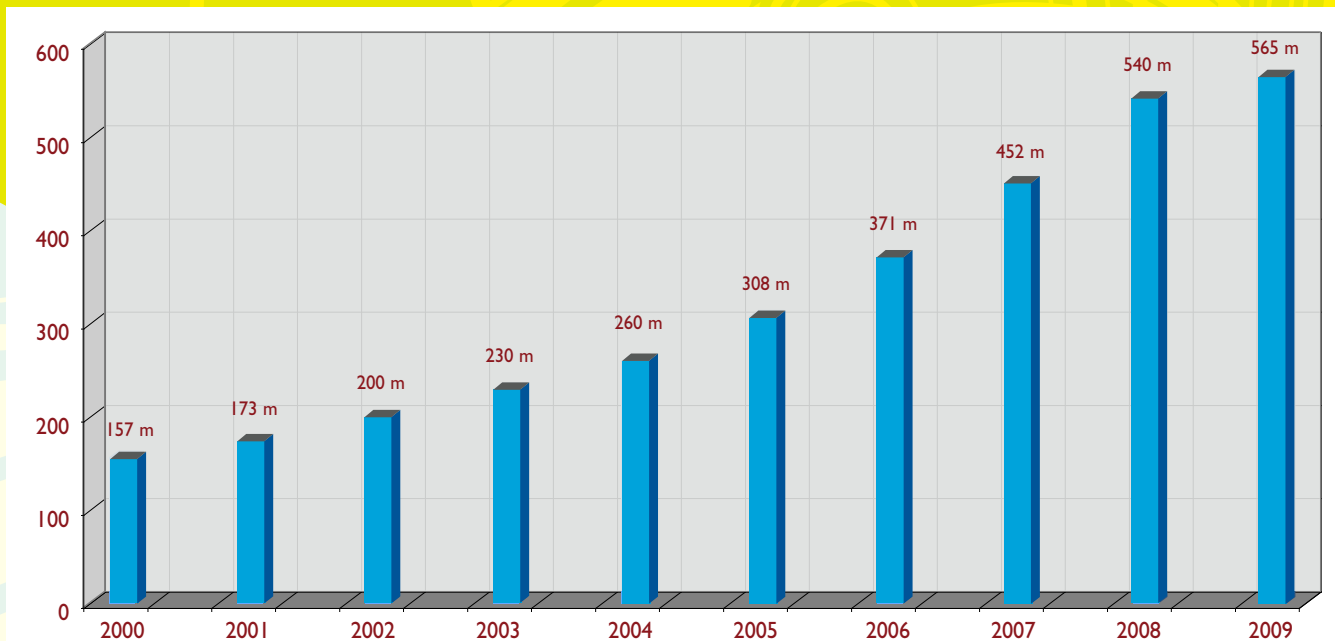
Lo primero que funciona bien en la industria del vending brasileño es su asociación nacional. La ABVA (Associação Brasileira de Vendas Automáticas), además de encargarse de la organización del mayor evento del sector en latinoamérica (la feria Expovending & OCS, del 5 al 6 de agosto en São Paulo), pone a disposición de forma pública un completo análisis del mercado, que a continuación reproducimos. El vending es una industria joven en Brasil. Los primeros datos oficiales llegan con la creación de la Asociación, en el 2000, que muestran un volúmen de negocio de 157 millones de reales (55 millones de euros). Ocho años después, las previsiones de 2008 calculan que la industria generó entre 540 y 565 millones de reales (190 a 200 millones de euros), lo que supone un aumento de entre el 20 y el 25 por ciento. El parque de máquinas, joven y moderno como el consumidor medio, pasó de las 45.000 unidades a una cifra entre 75.000 y 80.000, en un espacio de tiempo de sólo tres años (del 2005 al 2008). Haciendo cálculos aproximados, hay una máquina por cada 4.080 habitantes. ¿Conclusión? Hasta que llegue a la media europea de 1 máquina por cada 187 habitantes, hay mucho, mucho mercado.

RETRATO DE UN PAÍS

Las áreas geográficas de consumo son un fiel reflejo de la distribución demográfica brasileña. Así, el 68% de la cuota de mercado va a parar al sudeste (São Paulo, Rio de Janeiro, etc.) y el 23% a la zona sur (Porto Alegre, Curitiba, etc.), mientras que el resto del país, que supone la mayor área geográfica en extensión, se lleva un escaso 9% del consumo.

Como consecuencia de la citada estabilidad económica y el elevado porcentaje de participación femenina en el ámbito laboral (40% de la fuerza de trabajo), el ritmo de vida brasileño se está modernizando; así, el consumidor de vending busca cada vez más los servicios de conveniencia y se mueve principalmente por necesidad (51% de las ocasiones, según sondeo de la ABVA). Otras motivaciones como la socialización y el impulso, son razones de consumo inferiores (31 y 16 por ciento, respectivamente).

Por sectores, las máquinas de bebidas calientes acaparan el 68% de la industria. Los snacks, por otra parte, suponen el 12%. Por último, resulta curioso que en un país



de clima eminentemente cálido y con una importante industria turística (principal destino turístico de sudamérica con 5,2 millones de visitantes extranjeros, según la World Tourism Organization), el sector de las bebidas y productos fríos suponga un 10% del mercado. ¿Oportunidad de negocio a la vista?

HECHOS A SÍ MISMOS

Aparte de la omnipresente Nestlé, el mercado está controlado por operadores y empresas nacionales, que se empaparon del concepto europeo del vending y lo han ido aplicando a su mercado. Este proceso comenzó hace muy poco, entre 1996 y 1997, y está siendo lento pero constante, tal y como nos cuenta José Antonio Obraña, representante de la empresa española Vendin para Brasil, la excepción que confir-

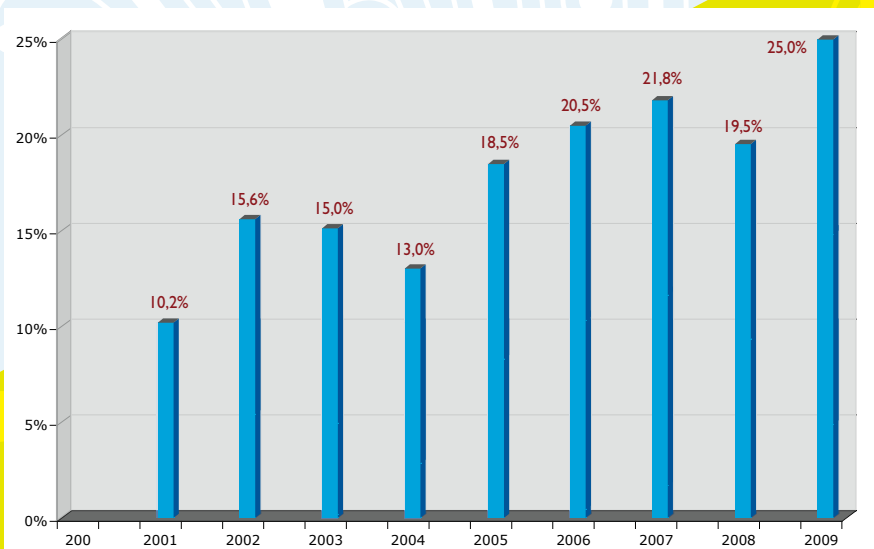
“POCO A POCO, SE ESTÁ PASANDO DE LA CULTURA DEL CAFÉ CASERO (“O CAFEZINHO”), A LA CULTURA DEL CAFÉ DE MÁQUINA”

ma la regla. Vendin es líder en el mercado de productos solubles para operadores de vending (sus lácteos, cacao y tés acaparan una cuota del 68%). De hecho, su fábrica en São Paulo produce 21 toneladas al día; su facturación en 2008 fue de 14 millones de reales (5 millones de euros), una cifra muy superior al millón de euros que ingresó en el mercado europeo (sin incluir España) ese mismo año. Sin embargo, J.A. Obraña apun-

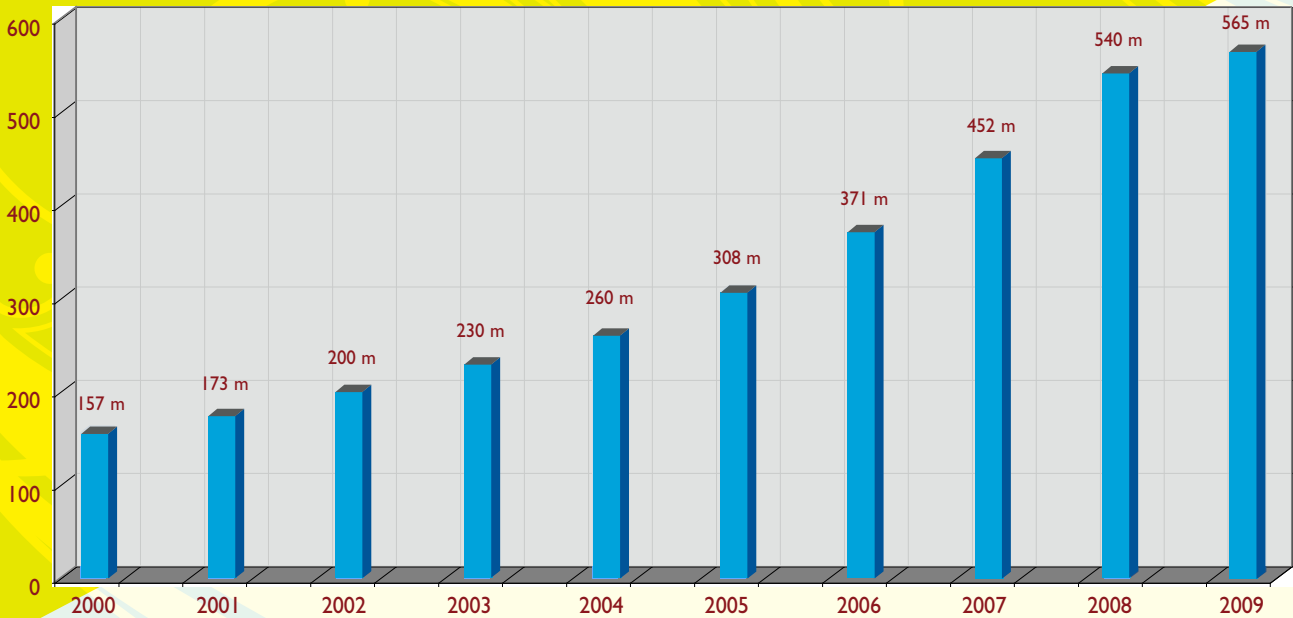
ta que “es difícil introducirse en el mercado brasileño sin un gran esfuerzo tanto económico como de tiempo, en parte por las negociaciones con los comités”. Por otra parte, el representante de Vendin destaca una importante señal de cambio en la sociedad brasileña. Poco a poco, se está pasando de la cultura del café casero (“o cafezinho”), que prácticamente se regala en oficinas y lugares de socialización, a la cultura del café de máquina, al café espresso, con un precio competitivo y una alta calidad y tecnología.

DESAFÍOS FUTUROS

La barrera cultural es uno de los obstáculos a superar, tanto entre consumidores como entre los administradores del producto. No obstante, existen otros handicaps: pese a la necesidad de incrementar el parque de máquinas, su precio resulta caro por las altas tasas de importación y el cambio desfavorable de las divisas. Por otra parte – comenta J.A. Obraña – el precio de las cápsulas de OCS (por culpa del envase) resulta excesivo para un país como Brasil, donde el café es tan barato y el poder adquisitivo es flojo. Por último, la ABVA percibe otras posibles dificultades de carácter económico, como la incidencia, todavía en el aire, de la reciente reforma tributaria. Pese a todo, la Asociación prevé un crecimiento anual de al menos el 10% en los próximos años y cree que en una década el vending se convertirá en un mercado grande y abierto.



Vending Industry in Brazil AT SAMBA PACE



These are sweet times for Brazil. The country is considered by financial analysts to be the driver of the Latin American economy. Although the global crisis has also inflicted some uncertainty, the International Monetary Fund foresaw a 4.8% growth in the Brazilian economy for the

“IN 2008, IT IS ESTIMATED THAT THE INDUSTRY GENERATED BETWEEN 540 AND 565 MILLION REAIS (€190-200 MILLION) – MEANING A 20-25% GROWTH”

Vending is a newly formed industry in Brazil. The first official figures date back to 2000, by the time the Association was built. Back then, the industry generated 157 million reais (55 million). Eight years later, in 2008, it is estimated that the industry has generated between 540 and 565 million reais (190-200 million) – meaning a 20-25% growth.



current year. President Lula da Silva announced last year that 1.3 million new jobs had been generated during the first semester – ground-breaking statistics that could make many occidental economies jealous. Thanks to the prosperous momentum, the Brazilian vending market has a brilliant future in the horizon.

IT GOES SMOOTH

The vending industry in Brazil goes smooth, starting with its national association. The ABVA (Associação Brasileira de Vendas Automáticas), which organizes the main event of the industry in Latin America (Expovending & OCS trade show in São Paulo, August 5-6), has published a complete market analysis at anyone’s disposal, which we explain below.

The machine park, just as the average consumer profile, is young and modern. In a short period of time (2005-2008), the number of machines increased from 45,000 to 75,000-80,000 units. A rough calculation indicates that there is one machine for every 4,080 people. Having that the European average rate is one machine for every 187 people, it is easy to conclude that this is a market with lots and lots of business opportunities.

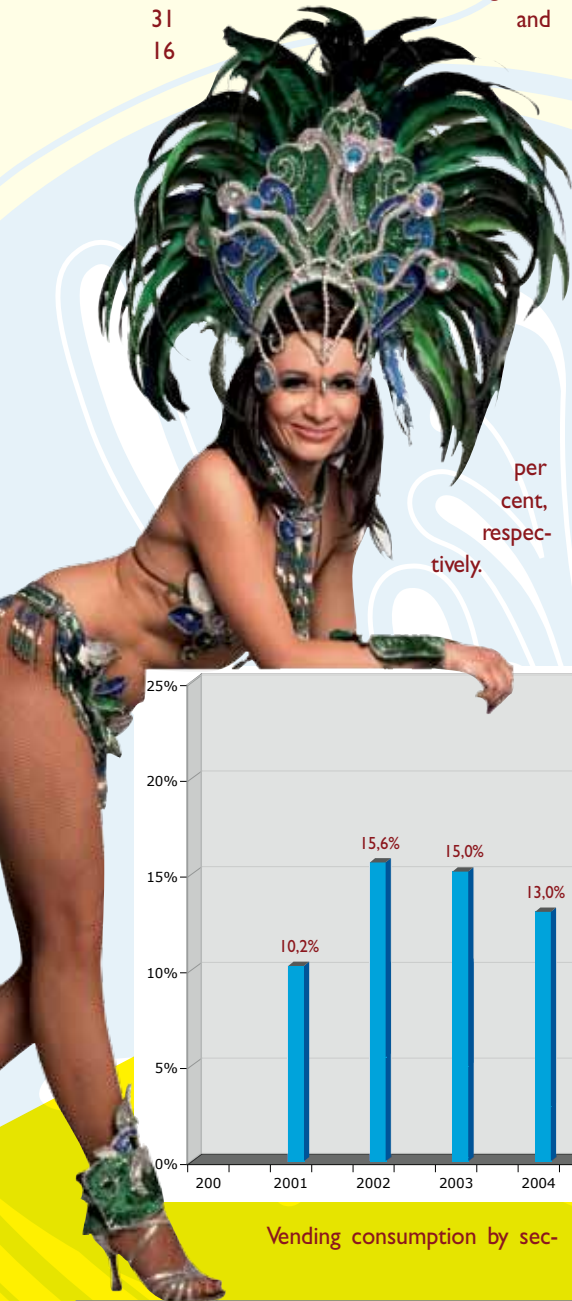
A COUNTRY PORTRAIT

Consumption rates by geographical area are an accurate reflection of the Brazilian demographical distribution. Thus, a good 68% of the market share belongs to the South-Eastern area (São Paulo, Rio de Janeiro, etc.). The Southern area

(Porto Alegre, Curitiba, etc.) means 23% of the overall sales, while the whole rest of the country (which is indeed the most extensive area) means a poor 9% share of consumption.

As a consequence of the financial stability and the high female labour force rates (40%), the traditional Brazilian lifestyle is slowly giving way to modern behaviors. Vending consumers make an increasingly frequent use of convenience services. So, they are mainly driven by necessity – 51% of the times, ABVA survey reports. Socialization and impulse drive consumers in a lower degree:

31 and
16



per cent, respectively.

tor is divided as follows: 68% goes for hot beverages, 12% for snacks, 10% for cold beverages and the remaining 10% goes for other assorted products. It seems odd that in a averagely warm country with high tourism rates like Brazil (which is the main South American tourist destination with 5.2 foreign visitors, according to the World Tourism Organization), the cold beverages sector has such a weak presence. Do I see business there? Sure!

SELF-MADE BUSINESSMEN

Apart from the all-pervasive Nestlé, the market is controlled by national producers and operators, who soaked up the European concept of vending and have been applying it to their market. This process started quite recently (between 1996 and 1997) and has been “a slow but constant process” – José Antonio Obraña states. He is a representative of the Spanish company Vendin in Brazil, the exception that proves the rule. Vendin is the lea-

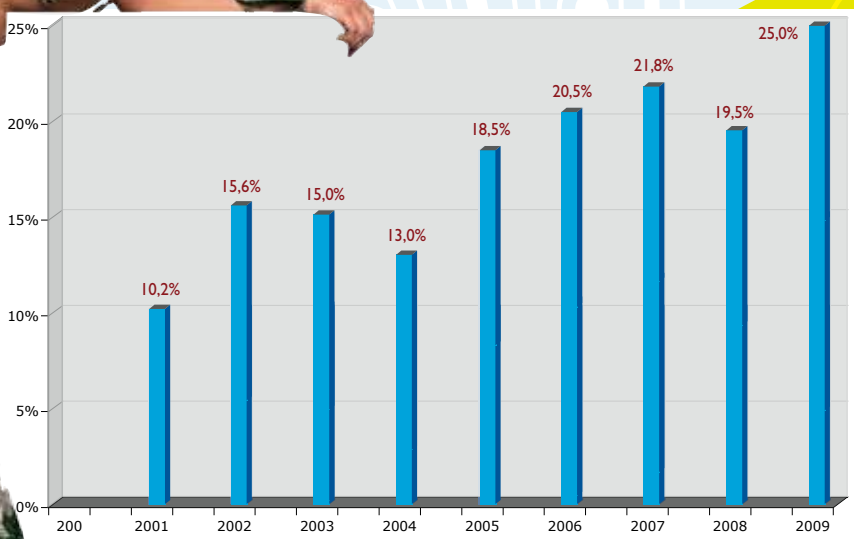
vending operators in Brazil – their powder milk, cocoa and tea products owning 68% of the market share. Besides, Vendin’s plant in São Paulo produces 21 tons per day. Moreover, the overall turnover of Vendin Brazil for 2008 went up to 14 million reais (5 million), which is much more than what the European market meant (excluding Spain) for Vendin Spain on the same period: 1 million. However, Mr Obraña underlines that “it is hard to penetrate the Brazilian market without investing a lot of money and time. In some degree, it is due to the hard negotiations with the committees.”

Mr Obraña also points out a serious trend of change in the Brazilian society. The traditional home-made coffee culture (o cafezinho – black coffee that is served for free in offices and meeting places) is being progressively replaced by the “automatic machine coffee” culture and the espresso culture, which offer big quality and technology for affordable prices.

“THE TRADITIONAL HOME-MADE COFFEE CULTURE (O CAFEZINHO) IS BEING PROGRESSIVELY REPLACED BY THE “AUTOMATIC MACHINE COFFEE” CULTURE”

FUTURE CHALLENGES

The cultural barrier is one of the challenges to be faced, both among those who consume it and those who serve it. But there are other handicaps. Despite the need to increase the machine park, their price is still too expensive, due to the high import taxes and the adverse effect of the currency exchange. Besides – Mr Obraña comments – the price of OCS pods’ packaging is also too expensive for the Brazilian market, where coffee is very cheap and the purchasing power is still low. Finally, the ABVA also highlights other possible economic difficulties, such as the still unknown impact of the recent tax reform. Despite all, the Association predicts a 10% annual growth (minimum) for the next years, and believes that vending will finally become a large and open industry.



Vending consumption by segment of instant soluble beverages for





VISIONS OF VENDING

LA FERIA MONOGRÁFICA INTERNACIONAL PARA
EL SECTOR DE MÁQUINAS AUTOMÁTICAS DE VENDING



COLONIA, 10 – 12.9.2009

EL BOTÓN DEL ÉXITO!

UN NIVEL EXTRAORDINARIO DE INTERNACIONALIDAD

La Eu'Vend es la plataforma dinámica de comunicación y negocios para el sector del vending en Europa

UNAS NOVEDADES QUE APORTAN BENEFICIOS

Expendedores innovadores y tecnologías que facilitan su uso, con el hombre como centro de referencia

IMPULSOS PARA INCREMENTAR LAS VENTAS

Conceptos y productos de todo el mundo del vending para conseguir soluciones completas y nuevos negocios

Ahorre tiempo y dinero y, a partir de junio, adquiera su pase de entrada en internet ahorrando hasta un 36%. www.euvend.com

EMPRESA: MARCILLA

CAFÉ SOLUBLE
“PREMIUM”

Especialmente recomendado para máquinas vending por presentar una menor tendencia a la formación de grumos habiendo humedad en el ambiente, el café soluble “premium” de Marcilla presenta el innovador sistema de elaboración “Freeze Dry”. Este sistema de congelación y desecación es uno de los más eficaces para transformar el café líquido en café soluble en polvo. Su principal ventaja frente a los cafés solubles obtenidos por el proceso de secado con calor (spray dry) es la conservación de los aromas naturales, dando un sabor a la taza más agradable, natural y aromático.

Especially addressed to vending machines, the new “Premium” range of soluble coffee by Marcilla shows a good tendency to dissolve rather than to lump in humid conditions. “Premium” coffees are processed through the “Freeze Dry” system, one of the most efficient methods for transforming liquid coffee into soluble powder coffee. The main advantage of freeze-dried coffees – compared to those obtained through spray dry processes – is that they preserve natural aroma in a higher degree. Thus, coffee tastes nicer, with a more natural and intense smell.

EMPRESA: LIVEN/ZANUY

NACHOS & SALSA

El grupo catalán Liven ha incorporado un nuevo formato a la gama de productos Tex-Mex de su marca de aperitivos Zanuy. El recién llegado es un paquete que combina los clásicos nachos mexicanos con una de sus salsas más características. El apetitoso snack se presenta en una práctica bandeja de deliciosos chips de maíz con una salsa de queso cheddar individual, lista para consumir on-the-go (en el coche, de excursión, en casa..), a cualquier hora y en cualquier lugar.



Catalonia-based Liven Group has a new addition in the Tex-Mex range of its Zanuy snacks brand. This innovative new product introduces a combo of classic Mexican nachos with one of their most characteristic dips. The package presents a handy plastic tray with delicious corn chips with an individual cheddar dip sauce, ready for on-the-go consumption in any time and at any place: on the car, at home, on a trip, etc.

La gama currenza de NRI y CashCode



Soluciones
completas
para el vending

currenza c²

currenza c²

Cambiadores de moneda
de 6 tubos
con sistema PRP:
3 motores de pago
independientes

currenza clip

Sistema de pago
electrónico
de tecnología Mifare,
con múltiples opciones

currenza MSMv2

Aceptador de billetes
con el mejor porcentaje
de aceptación al primer
intento y protección
antifraude

NRI, junto con CashCode y Telequip, forman parte de **CRANE PAYMENT SOLUTIONS**
NRI Ibérica, S.A. • Avda. Maresme, 44-46 • 2 Planta • Oficina 25
Parc Empresarial Granland - Badalona Sud • 08918 Badalona (Barcelona)
Tel: +34 933 00 41 63 • Fax: +34 933 09 80 51 • Email: cmars@nri.de • Web: www.nri.es

NRI
A Crane Co. Company

EMPRESA: SOGEVENDING

VENDING MOBILE

Sogevending S.L. ha ideado un sistema de venta automática móvil que posibilita cambiar la ubicación del parking de máquinas según las necesidades del operador y dependiendo de los distintos eventos que se produzcan.



Por ejemplo, el operador puede instalar la unidad Vending Mobile en un mercado, de 6 de la mañana a 3 de la tarde y, por la noche, instalarla en un evento musical al aire libre, en una verbenas, en las inmediaciones de zonas de movida, etc.

Sogevending S.L. has developed a mobile vending machine system for shifting the machine park location according to operators' needs and different events. For instance, a vending operator may install the Vending Mobile unit in a street market from 6 a.m. to 3 p.m. and, later at night, move it to the surroundings of a musical event, an open-air festival or at a party area.

EMPRESA: FORTALEZA

DESCAFEINADO CON TILA

Nuestro ritmo de vida es cada vez mayor. Por eso, un nuevo café con las cualidades propias del descafeinado y que aúna las virtudes de otro tipo de infusiones es siempre una novedad interesante.

El nuevo Fortaleza Descafeinado con Tila y Melisa es ideal para regalarse y disfrutar intensamente esos momentos que tanto necesitamos para nosotros mismos durante el día. Este Descafeinado combina los reconocidos efectos de la tila y la melisa con todo el sabor y aroma a buen café descafeinado 100% Arábica.



Our fast-paced lifestyle demands innovations like this new decaffeinated coffee that combines different infusion sensations. The new Fortaleza decaf coffee with lime tea and melissa tea is a great choice when you are looking for a chilling moment during the stressing daytime. The smoothing effects of the tea infusions are combined with the aroma and flavor of a good decaf coffee 100% arabica.

Un mercado por conquistar

Ventas Anuales por piscina: 5.000 a 40.000 €
(ventas anuales = entradas en el recinto por 10%) **Márgenes = 57%**

Para satisfacer las reglamentaciones miles de piscinas a equipar

Gama especial Vending (Artículos en espirales simples)

AquatikDA

Gorro de baño obligatorio **Short Prohibido** **Pañal para niños obligatorio**

Hablamos español

Gorros, Gafas, Bañadores slip y bóxer de natación, brazaletes, pinza-nariz, tapones, salvavidas, pañales para niños...
Previo pedido: configuración de las máquinas, pegatinas informativas, documentación comercial, aparato listo para funcionar...

Aquatik Distribution Automatique 43, Rue Jacques Prévert 33700 Mérignac FRANCE
Tlf: 0033 (0) 563 752 832 • www.AquatikDA.com • info@AquatikDA.com

EMPRESA: TALARIS

MACH 3



Talaris es un experto mundial en soluciones para el tratamiento de efectivo y ha obtenido más de 250 patentes en 26 países distintos. La Mach 3 es una clasificadora/contadora de monedas altamente versátil y muy eficiente en términos de costes, que simplifica y agiliza el procesamiento de monedas. Por ello, es una alternativa rápida y fiable al conteo y clasificación manual de monedas.

Además de clasificar monedas en distintos compartimentos, la Mach 3 puede ser configurada para proporcionar una solución totalmente personalizada para cada aplicación.

Talaris is a world leading brand in cash and payment solutions, with more than 250 patents in 26 different countries. The Mach 3 is a versatile, cost-efficient, compact coin processor that simplifies and speeds coin processing. It is a fast-processing and reliable alternative to manual coin counting and sorting.

Coins can be sorted into different drawers, and the system can be configured to provide a customized solution for each application.

EMPRESA: CADBURY

TRIDENT SENSES



Trident Senses y Huesitos Balls, los dos últimos lanzamientos de Cadbury en España, han sido elegidos Producto del Año en las categorías de Confeitería y Snacks, respectivamente.

Trident Senses ha supuesto una auténtica revolución en el mercado de chicles y ha destacado por su innovadora presentación en un pack más Premium y elegante con 14 láminas de chicle, su sabor más intenso y una textura más suave, que ha obtenido una excelente acogida por parte de los consumidores. Trident Senses ha conseguido, en menos de un año, una cuota de mercado en España del 8,9%.

Trident Senses and Huesitos Balls, the latest two launches by Cadbury in Spain, have been selected Product of the Year in Confectionery and Snack categories, respectively.

Trident Senses has meant a true revolution in the chewing-gum market and stands out for its trendy presentation in a more elegant pack with 14 chewing-gums. Gums have more intensive flavour and a soft texture, very successful among consumers. Trident Senses has obtained a market share of 8.9% in Spain within a year.

gemaba
¡La más completa
del mercado!



coffee solutions
LA SOLUCIÓN DEL VENDING



- Ponga su máquina a su cliente totalmente gratis
- Gemaba no te cobra por su máquina, "máquina gratis"
- Molino de Café incorporado en un módulo fácilmente extraíble, fácil acceso a todos sus componentes
- Ideal para acompañar con los productos Naturcrem
- Café soluble, café en grano, café descafeinado soluble en grano, leche en polvo, chocolate en polvo, té en polvo
- Distribución Bidones de agua: Fuente el Cañar, Bidón de 9, 18 y 20 litros.

¡Venga a conocerla en persona!
¡LLÁMANOS!

Word Trade Center, Edificio Sur, Planta 2, Barcelona - 08039
Tfno: +34 902 026 888 - Fax: +34 933 443 299
info@coffesolutions.es - www.gemaba.com

HOREQ

SALÓN DEL EQUIPAMIENTO
PARA HOSTELERÍA
HOTEL AND RESTAURANT
EQUIPMENT SHOW

18-20
NOVIEMBRE
November
2009

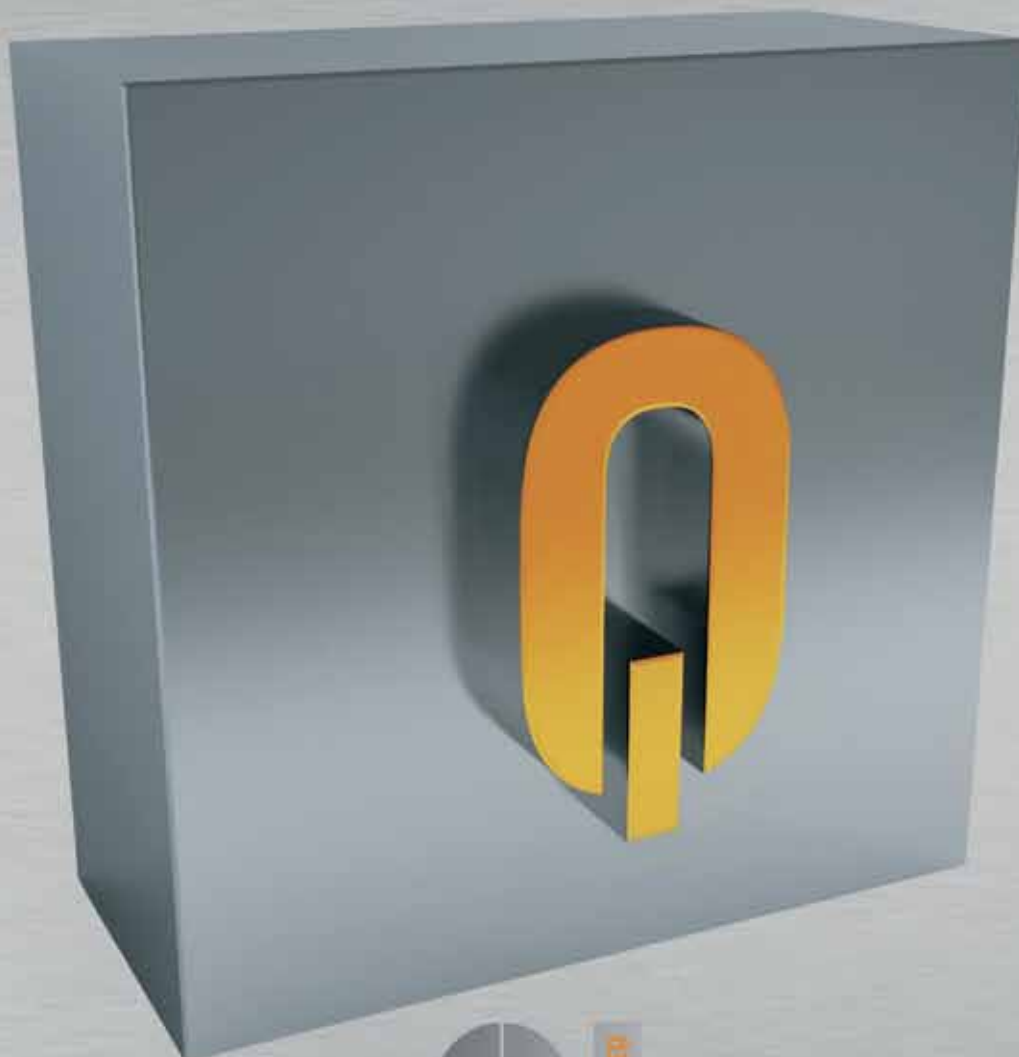
ORGANIZA / ORGANISED BY



IFEMA

Feria de
Madrid

TU ENCUENTRO
YOUR MEETING



coincidiendo con
held together with



contractvision

diseño_decoración equipamiento
de espacios de uso colectivo
design_decoration equipment for
areas of collective use

EATIN'
OUT *madrid convention*

www.horeq.ifema.es

LINEA IFEMA / IFEMA CALL CENTRE

LLAMADAS DESDE ESPAÑA / CALLS FROM SPAIN
INFOIFEMA 902 22 15 15
EXPOSITORES / EXHIBITORS 902 22 16 16

LLAMADAS INTERNACIONALES (34) 91 722 30 00
INTERNATIONAL CALLS

FAX (34) 91 722 58 04

horeq@ifema.es

EMPRESA: ZUMMO

ZUMMO VENDING



Zummo Vending es la única máquina automática refrigerada del mercado que ofrece al cliente la visualización en todo momento del proceso de exprimido. Una ventana muestra en todo momento al consumidor el sistema de trabajo diseñado para obtener el mejor zumo de las naranjas.

Ideal para instalar en Gimnasios, Colegios, Hospitales, Universidades, Residencias, Centros Comerciales...y en todos aquellos establecimientos que quieran ofrecer zumo de naranja natural refrigerado y recién exprimido con todas sus propiedades, máxima calidad de sabor y ausencia de acidez.

Zummo Vending is the only refrigerated automatic machine in the market which shows clients the whole squeezing process. The transparent window makes possible to take a good look at a mechanism that has been designed to produce the best orange juice.

It is a great choice for gyms, schools, hospitals, universities, student dormitories, shopping centers...and, basically, any business that may want to offer freshly-squeezed natural refrigerated orange juiced with all its properties: top quality flavour and no acidity.

EMPRESA: ALBEDIS-NAMWIN

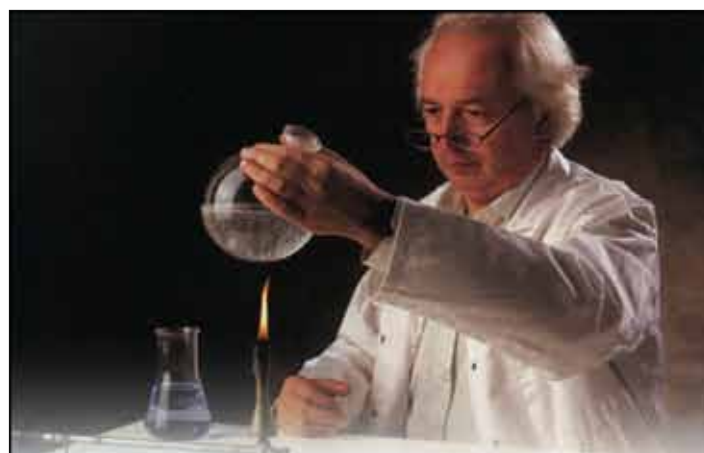
SOCIALIS

Calmar el apetito entre horas con un producto con menos de 100 calorías, pero sin renunciar al sabor del chocolate, es el objetivo del nuevo producto que ha lanzado al mercado Bientury (perteneciente a Agrolimen) bajo el nombre de Socialis. Con cereales y fibra, 11 vitaminas y calcio, se ofrece en tres variedades: chocolate negro, blanco y con leche.

El distribuidor de Socialis en el mercado vending español es Albedis-Namwin International.

To quench the appetite between meals with a less-than-100-calories product, enjoying the sweet taste of chocolate altogether. This is the goal of the latest launch by Bientury (a firm belonging to Agrolimen), under the brand name Socialis. Made with cereals and fiber and enriched with vitamins and calcium, Socialis is available in three chocolate flavours: black, white and milk.

Socialis' distributor in the Spanish market is Albedis-Namwin International.



En todo el mundo, los filtros de agua EVERPURE ofrecen la solución ideal para los problemas de la calidad del agua en el "Vending" y "Hostelería". Por su experiencia de más de 65 años, EVERPURE es el Especialista (Leader) en la fabricación de filtros de agua en el punto de consumo.

Filtros de agua EVERPURE para expendedores de bebidas frías y calientes



Los filtros del tipo "H" y "C"

por su método único de preresivamiento con una filtración sub-microscópica, le ofrecen una calidad del agua mejorada y constante. Además, el filtro del tipo "H" le ofrece un tratamiento anti-sarro, dosificado en el agua cantidades controladas de un producto estabilizador.

ScaleKleen™

un producto desincrustante basado sobre ácido cítrico activado.

- eficaz, pero no corrosivo.
- ecológico: biodegradable a 100%, no necesita un tratamiento neutralizante, antes de arrojarlo en el sistema de aguas residuales.
- sin riesgo: tan eficaz como ácidos minerales, pero sin sus inconvenientes.
- práctico: puede aplicarse en el punto de consumo.



KIT DESCALCIFICADOR PARA VENDING



El sistema BWSO-2000

una combinación de un filtro clásico EVERPURE y un cartucho de resina. El cartucho de resina puede regenerarse AUTOMÁTICAMENTE en el taller.

Para todos los problemas de calidad de agua al consumo, no olvide de contactarnos.

TECNO VENDING

C/ Rejas, 1 - Nave 2
Polígono Industrial de Colada
28820 COSLADA (Madrid)
Tel (+34) 91 6692292, Fax (+34) 91 6692531
e-mail:tecnovending@tecnovending.com
Web: www.tecnovending.com

EVERPURE (Europe)

Industriepark wolfstee toekomstlaan, 30 cp b-2200
herentals - Belgium - tecnovending@tecnovending.com

EVERPURE®

WATER YOU CAN TRUST®

EMPRESA: FRESCORYL

PASTILLA PARA LIMPIAR LOS DIENTES

Frescoryl es la primera pasta de dientes con formato de pastilla. Un artículo que nos garantiza una limpieza dental “a mano” en todos los momentos del día.

La ventaja evidente sobre la pasta de dientes estándar es que no necesita agua para enjuagarse ni cepillo de dientes. Por tanto, una idea genial para pasar a engrosar el stock de una máquina de vending.

La pastilla funciona a través de una concentración de moléculas activas. Lo único

que hay que hacer es masticar la pastilla hasta que se disuelva en la boca. Entonces, se frota los dientes con la lengua durante 20 segundos al mismo tiempo que se ingiere sin necesidad de enjuagarse la boca.

Frescoryl is the first toothpaste in pills. Toothbrush-less dental hygiene is finally possible at any time of the day. This means that there is no need for water to mouthwash



anymore, which is a great advantage. Given its possibilities, this innovative product would perfectly fit in any vending machine.

The pill works through the action of concentrated active molecules. Users will only chew the pill until it melts in the mouth. Then, they will rub the tongue against the teeth for 20 seconds time. The melted pill can be swallowed with no need to mouthwash.

EMPRESA: TARGESYSTEM

SEGURIZATE

La firma Securizate tiene el siguiente lema “Quien entra, no sale”. Para ello ha creado una solución eficaz y competitiva para evitar los “alunizajes” y los delitos en los que no existe rotura de lunas o cristales, bien sea en comercios, naves industriales, oficinas, domicilios particulares, etc.

Para lograr este objetivo, Securizate ofrece una solución integrada que protege la zona exterior (cristales, escaparates, ventanas) con una folio de seguridad para los cristales y la interior con un nebulizador de niebla activa.

Opcionalmente, ambos sistemas pueden interconectarse también a una alarma tradicional.

Spanish company Securizate has a motto: “He who breaks in, does not get out.” So, they have developed an efficient and competitive solution to avoid “crash and carry” robberies and other crimes where thieves do not neces-



sarily smash windows of shops, factories, offices or private apartments.

In order to achieve their goal, they offer a complete solution that shields the outdoor area (mainly any kind of window) with a special security plate. The indoor area is secured by an active nebulizer system.

As an option, both systems can also be connected to a traditional alarm system.

EMPRESA: M2M

TELECOVENDING

Telecovending es una plataforma de comunicaciones que presenta M2M Solutions como solución sencilla, eficaz y económica para mejorar los negocios de fabricantes y explotadores de máquinas de vending.

El sistema permite tener el control de la recaudación de las máquinas sin desplazarse a ellas. A través del mismo se puede hacer un seguimiento de la evolución de la información mediante gráficas y estadísticas.

La clave está en el Telecomodule; un dispositivo que se instala en la máquina, recopilando información y transmitiéndola a través de SMS. Sus reducidas dimensiones permiten que se pueda instalar en cualquier tipo de máquina y un modo muy fácil.

Telecovending is a communication system by M2M Solutions. It is an easy, effective and economical solution that upgrades vending businesses, both for manufacturers and operators.

Remote controlling of the machine



from statistics and park collection is possible through this system. Likewise, it enables users to monitor information the machines, using charts.

The key component is the Telecomodule, an integrated device that compiles and sends the information via SMS. Thanks to its compact size, the Telecomodule can be easily installed in any machine.

EMPRESA: CAPRIMO

CAPPUCCINOS DE SABORES

Los cafés y capuchinos de sabores son una tendencia global en la industria de vending actual. Caprimo ofrece una variedad de capuchinos de sabores que dinamizan la oferta del operador de vending.

Los responsables de la firma han conseguido una gama moderna y bien equilibrada que se añade al Cappuccino Caprimo original.

De este modo, nos encontramos con los sabores vainilla, avellana, caramelo y café irlandés bajo los nombres de Caprimo Café Vanille, Caprimo Café Noisette, Caprimo Café Caramel y Caprimo Irish Cappuccino.



Flavored coffees and cappuccinos are a global trend in the vending industry today.

Caprimo offers a variety of flavored cappuccinos that dynamize your vending offer.

Caprimo offers a well-balanced and modern range of flavored cappuccinos in addition to the original Caprimo Cappuccino: Caprimo Café Vanille, Caprimo Café Noisette, Caprimo Café Caramel and Caprimo Irish Cappuccino.

EMPRESA: SEFERQUER

EXPENDEDORA DE HIELO

La empresa Seferguer S.L. ha presentado una exclusiva máquina expendedora de hielo. Esta máquina de vending es capaz de expedir bolsas de hielo, helados o cualquier producto congelado.

La expendedora se adapta a una gran cantidad de ubicaciones; desde zonas de ocio a estaciones de servicio, pasando por centros comerciales o Tiendas 24 Horas.

La máquina se está distribuyendo por todo el territorio nacional y seguramente no pasará desapercibida si el verano llega "calentito".

The firm Seferguer S.L. has launched an ice vending machine with exclusive rights. This vending machine is able to dispense ice bags, ice creams and any frozen product. It can adapt to a large number of locations, ranging from leisure areas or petrol stations to shopping malls and 24-hour shops.

The machine is being distributed across the Spanish territory and it is sure that it won't go unnoticed if the summer is "hot".





Sistiaga
desde 1978

vending

la satisfacción total del cliente





Nuestra filosofía de trabajo se centra en el cambio y la *constante innovación* en nuestros servicios. Nuestro objetivo: *la satisfacción total del cliente*

- 
SISTIAGA LASA, S.L. desde hace 28 años, con los clientes en la distribución de maquinaria y productos para los sectores del vending y de la hostelería.
- 
SISTIAGA LASA le instala en su lugar de trabajo, a través de nuestros clientes (operadores), máquinas de bebidas, de snacks, ...



SISTIAGA LASA S.L. DELEGACIÓN GUIPÚZCOA
 Plz. Ugaldetxo Calle Olagarai, 2. 20180 Oiartzun
 Tel.: 943 493 176 | Tel.2: 943 490 518 | Fax: 943 490 182
www.sistiagalasa.com - comercial@sistiagalasa.com

PRIMERAS MARCAS










EMPRESA: MEI

CASHFLOW 2000

MEI ofrece a los operadores un gran dispositivo de pago que está destinado a incrementar las ventas de las máquinas de vending. Con unas ventas que superan los 3 millones de unidades, el CashFlow 2000 es uno de los selectores de billetes de ancho fijo más seguros y vendidos del mundo. Su alta seguridad se basa en la tecnología de sus sensores ópticos, con longitud de onda múltiple y algoritmos más complejos. Sus características garantizan una gran tasa de aceptación en cuatro vías, además de ofrecer la tasa más baja de atasco de billetes.

Además, los sensores también reducen drásticamente la vulnerabilidad frente a fraudes por alambres o billetes falsos.

MEI offers operators a superior cash payment solution to increase vending machine sales revenue. With over 3 million units sold, MEI's CashFlow 2000 is one of the most reliable and best selling fixed-width banknote acceptors in the world. The technology relies on



fully encased, secure multi-wavelength optical sensors with advanced algorithms. These features ensure a high four-way acceptance rate and provide industry's lowest jam rate. In addition, its sensors greatly reduce vulnerability to both string frauds and invalid banknotes.

EMPRESA: SNACKING

EUROSNACKING

Snacking ha lanzado Eurosnacky con frío, una máquina que completa su gama de minivending de pared con frío a bajo coste.

La configuración estándar de la máquina presenta 11 selecciones: tres para latas, con 10 unidades, lo que equivale a 30 productos, y 8 para snacks, sumando un total de 108 productos.

Las bandejas presentan motor incorporado y posicionan su altura sobre un rail perforado, como la Selene. Además, el display es antivandálico y la refrigeración estática con excelente insonorización.

Las dimensiones de la máquina son de 1.760 x 650 x 330 de fondo y un peso de 60 kg.

Snacking launches refrigerated machine Eurosnacky, a



new addition to the wall-mounted low-cost minivending range of machines for cold products.

Standard combination offers 11 selections: three rows for 10 cans each (30 units total), and eight rows for snacks (108 units total).

Like in the Selene model, the motorized trays lift or descend thanks to a perforated rail. The machine also features an anti-vandalic display and soundproof static refrigeration system. Machine size is 1760 x 650 x 330, weights 60 kg.



SELECCIÓN COMPLETA DE FRUTOS SECOS



alfer

CACAHUETES GARRAPINADOS
CANDIED PEANUTS

alfer

AVELLANAS TOSTADAS
TOASTED HAZELNUTS

alfer

AMENDRAS SALADAS
SALTED ALMONDS

alfer

CACAHUETES SALADOS
SALTED PEANUTS

alfer

PISTACHOS TOSTADOS
TOASTED PISTACHIOS

alfer

COCKTAIL DE FRUTOS SECOS
FRUIT COCKTAIL

alfer

MAIZ GIGANTE
GIANT SWEETCORN

Ctra. de Alcoa, 26 - 41440 - Lora del Rio (Sevilla) Tlf.: 955 801 886 - Fax: 955 803 371 www.frutossecosalfer.com - info@frutossecosalfer.com















EMPRESA: VENDINGSYSTEM

FUENTES DE AGUA DE UNA SOLA PIEZA

VendingSystem España comercializa fuentes de agua de cuidado diseño y eficacia contrastada. La firma alicantina ha incorporado a algunos de sus modelos una pieza única de alta tecnología. Se trata de un chasis compacto fabricado en una sola pieza, que proporciona mayor consistencia y resistencia, gracias a su material HDPE que absorbe golpes, rozaduras y, con el tiempo, no amarillea. Con ello se consigue una mayor durabilidad y conservación, así

como una mejor amortización de la fuente, ya que se conservará mucho más tiempo.

Otra característica importante es el sistema antigoteo de agua 100 % efectivo en prevenir el vertido de agua al suelo por botellas defectuosas.

VendingSystem España specializes on trading high design and efficient water coolers. The Alicante-based company has added a new high-tech approach to some



of its models. It is a compact chassis manufactured in one single piece, which makes the cooler more consistent and resistant. Besides, it is made of HDPE, a shock and scratch absorber rust-proof material. Since the device has a longer life, it pays for itself in the longer run.

Another important highlight is the 100% effective non-drip water system, which prevents water spilling due to defective bottles.

EMPRESA: LAVAZZA

IGLU

IGLU es el refrescante nombre de la propuesta de Lavazza para este verano. Esta bebida combina el auténtico espresso italiano con hielo, leche y los deliciosos sabores del café, la vainilla y el chocolate. Además, se sirve en prácticos vasos con cañita take away, la solución perfecta para tomarlo en cualquier lugar.

IGLU ofrece a los amantes del café la posibilidad de disfrutar de todo el aroma del café espresso Lavazza en una especialidad

diferente e irresistible cuando suben las temperaturas.

IGLU is Lavazza's new and refreshing proposal for this summer. This beverage combines an authentic Italian espresso with ice, milk and delightful flavours like coffee, vanilla and chocolate. The drink is also offered in handy take away cups with



a plastic straw, which makes it easy to enjoy it anywhere.

Coffee enthusiasts will feel the gusto of a Lavazza espresso with IGLU, a different and irresistible new specialty for this hot moment of the year.

EMPRESA: VELARTE

ARTESANAS CON CHOCOLATE

Las galletas artesanas son siempre una merienda ideal para los niños (y los adultos). Si, además, contamos con la ayuda de la familia más divertida de la televisión, *Los Simpson*, el producto se convierte en un auténtico imán para toda la familia.

Las Artesanas con Chocolate de Velarte son barritas crujientes con chips de chocolate, elaboradas con ingredientes naturales.

Con licencia *The Simpsons*, se presentan en formatos diseñados para el canal impul-

so y vending, con varios modelos que se diferencian por el personaje principal que aparece en su envoltorio. Obviamente, aquí las estrellas son Homer y Bart, quién si no...

Home-made cookies are always a great afternoon snack choice for kids...and adults. With the funniest and most popular TV family, *The Simpsons*, featuring in the package, this product is a family magnet. Velarte's *Artesanas con*



Chocolate are stick crackers with chocolate

dips, made of natural ingredients. Featuring the official "The Simpsons" license, the packages are adapted for vending distribution. There are several models available, each featuring one of the main characters on the wrapper. Homer and Bart will be the most wanted ones, that's for sure!

• tu portal de vending, ahora con un solo click, compra y vende desde hostelvending



www.hostelvending.com

el mundo del vending en tus manos



- anuncios clasificados
- ferias
- noticias de actualidad
- tus primeros pasos en vending
- galería de imágenes
- directorio de empresas

abiertos a la actualidad del vending



www.hostelvending.com

Diesis Samba Canto



UNA ARMONÍA DE TECNOLOGÍAS E INNOVACIONES

Presentamos la Nueva Generación de máquinas vending.

La CANTO aporta un nuevo interface de guía a través de leds de seguimiento muy intuitivos, con un nuevo grupo de café Z4000, más pequeño y rápido que su predecesor.

La nueva SAMBA aporta un nuevo sistema patentado de ascensor para recogida de producto y las nuevas bandejas de botellas y latas con más capacidad funcionando mediante sistema de arrastre. Finalmente la DIESIS, es la nueva máquina de botellas, con más capacidad, nueva electrónica y con espacios más optimizados.

La nueva gama N&W que hace plantear nuevas pautas en el vending.

N&W GLOBAL VENDING SPAIN S.L.

Avda. de Suiza, 11-13 • Pol. P.A.L.

28821 Coslada (Madrid)

Tfno. +34 (0)91 277 4400 • Fax +34 (0)91 277 4410

www.nwglobalvending.es

 **NECTA**

es una marca de

N&W



Saeco *Phedra*

Polivalencia y funcionalidad

Saeco Ibérica, S.A.

Sant Ferran, 34-36 P.I. Almeda 08940 Cornellà de Ll. Barcelona
Tel: 934740017 Fax: 934740434

Delegación Madrid: P.I. Prado de Regordoño, Torres Quevedo,
nave 18 28936 Móstoles - Madrid Tel. 916475750 Fax: 916475195
e-mail: info@saeco-vending.com Web: www.saeco-phedra.com

 **Saeco**

Espresso Feeling