



## *Desciende una Emocion*

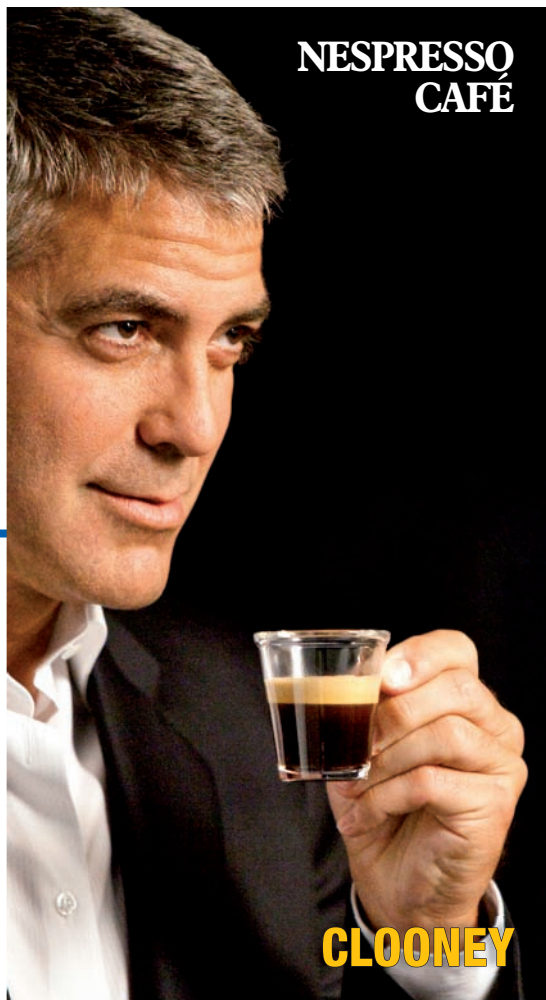
**FASTER 1050 LIFT**, el distribuidor de espirales dotado de elevador, un sistema que permite vender hasta los productos mas fragiles y delicados. 300 productos expuestos, de 5 a 10 selecciones con 6 o 7 bandejas. Temperatura regulable hasta +3°C y conforme a la normativa para la conservacion de los productos frescos.

Es un distribuidor en clase A+, adaptable en bateria a FASHION UP.

Contactarnos para mayor informacion \_ [www.fas.it](http://www.fas.it)

**FAS INTERNATIONAL S.L**

Gran Via Sud/C/Motors 360 · 08908 Hospitalet de Llobregat · Barcelona · España  
Tel. +34 93 4742086 · Fax +34 93 4743279 · [fas@es.fas.it](mailto:fas@es.fas.it)



HOSTEL VENDING

• toda la información a diario en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com) • la actualidad del vending



• toda la información a diario en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com) • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu nueva

## Entrevista

### 08 / Alfredo Castillo, director de I+D de Jofemar

"Todas las dificultades que se sacan adelante tienen la recompensa de convertirse después en mejoras para el mercado"

### 10 / Davide Mapelli, Director Comercial de N&W España:

"En diciembre vamos a lanzar al mercado una tarifa de precios netos profesionales estudiada para los operadores de vending profesionales"

### 12 / Albert Espriu, Consejero Delegado de Simat

"Queremos que nuestros clientes se sientan orgullosos de haber confiado en Simat"

## Empresa

### 16 / La máquina Multiplus Gourmet de Jofemar obtiene el premio a la innovación en EUVend

La compañía Stüwer, distribuidora oficial de productos Jofemar en Alemania, presentó en la última edición de la feria alemana de Vending la máquina Multiplus Gourmet con un gran éxito entre el público.

### 16 / Vendin cierra un año positivo y prepara un conjunto de operaciones para el 2010

Tras un año que termina lleno de novedades en productos, los responsables de Vendin informaron de que, aun cuando en el sector se ha notado la recesión, la firma ha mantenido su cuota de ventas.

### 17 / Saeco continúa presentando su gama Top, esta vez en Mallorca y Valencia

Saeco sigue con la presentación oficial en España de las nuevas máquinas de bebidas calientes de su gama Top, Phedra y Atlante, a los sectores del Vending, Office Coffee Service y Horeca.

### 20 / Flo, un partner para el profesional del vending en vasos de plástico y papel

Fundada en 1973, la italiana Flo ha sabido crecer y enfrentarse ápidamente al mercado internacional. Tras su inicio en el sector de la Distribución Automática y su extensión al Gran Consumo, se ha convertido en un socio a tener en cuenta para la Gran Distribución Organizada, el Vending y el Catering.

### 22 / Estreno de lujo del nuevo spot publicitario de Nespresso

El líder de ventas en café de cápsula, Nespresso, lanzó una pre-campaña de promoción durante las semanas anteriores al estreno de su último spot publicitario para televisiones de todo el mundo

# SUMARIO 50

...nding en un solo click • toda la información a diario en tu nueva web [www.hos](http://www.hostelvending.com)

...actualidad del vending en un solo click • toda la informa-



nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com) • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com)

## Noticias

### 38 / Licitación pública de vending

Las últimas ofertas públicas de vending en nuestro país.

### 36 / El precio del café sube en tono general; la producción se prevé menor para este año

La producción en el año de cosecha 2009/10, que ya ha comenzado en todos los países exportadores, podría estar por debajo de los 128,1 millones de sacos que se produjeron en el año de cosecha 2008/09.

## Especiales

### 28 / Análisis del mercado de aperitivos para Vending

El mercado de los snacks es uno de los tres sectores claves para el vending. La combinación de una máquina instalada en un lugar accesible y de tránsito, y de un alimento preparado para un consumo inmediato, sin necesidad de ningún tipo de preparación, es el paradigma de la venta por impulso.

## Ferias

### 34 / Rusia, un gigante que apuesta por el vending y el self-service

Self-Service Exhibition es la feria más importante de Rusia sobre máquinas expendedoras, kioscos, cajeros automáticos y todo el equipamiento necesario para cualquier tipo de máquina automática de auto-servicio.

### 35 / Batalha propone un tres en uno en vending y alimentación

ExpoSalão organiza, del 22 al 25 de enero de 2010, un evento triple que incluye la primera edición de Barhotel, así como una nueva edición de Expovending y Expocarne.

## Productos

### 50 / Novedades del sector



# EDITORIAL

## *Un año lleno de historias*

*Todos los años por estas fechas, como si si existiese una necesidad general de hacer sumario, los diferentes canales de televisión nos bombardean con sus diferentes programa-resumen sobre las noticias más importantes, los sucesos deportivos más destacados o los libros y discos más vendidos de los doce últimos meses.*

*Nosotros hemos querido hacer lo mismo en este número, coincidiendo además con el primer aniversario del único diario digital de la venta automática: [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com). Podríamos haber destacado muchas otras, pero nos hemos quedado con estas seis noticias, publicadas en las seis ediciones de 2010 de nuestra revista, como las más representativas del año para el Vending en nuestro país.*

*Enero - Febrero: "Aprobado raspado del Vending en España"*

*El Observatorio de Consumo y la Distribución Alimentaria nos desvelaba a principios de año que las máquinas expendedoras eran uno de los establecimientos alternativos de venta que menor confianza despertaban entre los consumidores, que nos concedía un 5,2 sobre una puntuación máxima de 10 puntos. A pesar del aprobado, la nota nos recordaba el margen de mejora que nos queda todavía por trabajar en cuanto a imagen.*

*Marzo - Abril: "La demanda de café no se verá afectada por la crisis económica mundial"*

*El informe de la Organización Internacional del Café plasmaba en datos estadísticos lo que ya intuíamos por puro sentido común. Una buena noticia para el 38% de las máquinas expendedoras de nuestro país, pertenecientes al segmento de bebidas calientes.*

*Mayo - Junio: "Especial Tiendas 24 Horas"*

*En Mayo, Hostel Vending volvió a ser pionera, al convertirse en la primera revista especializada que analizaba en profundidad el único canal de venta que ha continuado creciendo en tiempos de crisis.*

*Julio - Agosto: "En Europa hay una máquina de vending por cada 187 habitantes"*

*La Asociación Europea de Vending presentó un informe detallado sobre la industria del vending en el Viejo Continente, y con la ayuda de Datamonitor fijaron el parque de máquinas europeo en 3.800.000 expendedoras.*

*Septiembre - Octubre: "Sanidad anuncia que prohibirá fumar en bares, restaurantes, lugares de ocio y establecimientos públicos"*

*Tal vez, junto con la siguiente, la noticia de mayor impacto mediático fuera de nuestro sector. El vending de tabaco, no obstante, no desaparecerá, puesto que el Ministerio pretende prohibir el consumo, que no la venta, en bares y restaurantes.*

*Noviembre - Diciembre: "Remitida al Congreso la nueva ley que pretende vetar los snacks y la bollería de los colegios"*

*Con la idea de atajar la obesidad infantil, las autoridades españolas quieren retirar de las expendedoras instaladas en los centros escolares aquellos productos altos en grasas trans, azúcares y sal.*

*No podemos hacer sumario, por problemas de espacio, de todos los amigos que nos han apoyado este año: patrocinadores, departamentos de comunicación, asociaciones, colaboradores y, por supuesto, lectores. A todos ellos, muchas gracias: Feliz y Próspero Año Nuevo.*

*Francisco de Borja González Tenreiro*



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](http://www.da.lavazza.com)

## Alfredo Castillo, director de I+D de Jofemar

# “Todas las dificultades que se sacan adelante tienen la recompensa de convertirse después en mejoras para el mercado”

**“POR PRIMERA VEZ UNA MÁQUINA VENDING, TOTALMENTE AUTOMÁTICA, OFRECE UNA PRESIÓN DE EROGACIÓN DE INICIO POR ENCIMA DE LOS 7 BARES”**

Con motivo del lanzamiento del nuevo modelo de máquina para café expreso de Jofemar, la Coffeemar G250, nos reunimos con Alfredo Castillo en el departamento de I+D de la firma para descubrir, de mano del máximo responsable de esta parcela, cómo se ha desarrollado el proceso de creación y qué características e innovaciones hacen destacar a esta máquina.

### **¿Qué historia hay detrás del nacimiento y desarrollo de esta nueva aportación de Jofemar al sector del OCS?**

El primer modelo de Coffeemar sólo para solubles fue lanzado en 2002, a partir de éste se creó la Coffeemar G500 para expreso; ambos modelos tuvieron una gran acogida ya que incluimos todas las características marca de la casa, un exterior sólido y compacto y una mecánica precisa y fiable. En estos modelos se realizó una evolución continua y hasta tres versiones mecánicas que iban incluyendo mejoras en todos los aspectos.

Naturalmente la principal demanda del mercado ha sido una máquina de dimensiones más reducidas y por nuestra parte sabíamos que necesitábamos mejorar todo lo existente en esta gama, sin perder las mejores cualidades de la Coffeemar G500.

**Habida cuenta, por tanto, de que se trata de la última evolución dentro de una línea de máquinas, ¿en qué supera este nuevo modelo a sus antecesores?**



Las innovaciones son aportes tanto internos de I+D como de la red comercial de Jofemar, ya que siempre estamos en contacto con nuestros clientes y escuchamos sus necesidades. Por eso ofrecemos siempre lo que pide el mercado y podemos incluir prestaciones que sabemos mejoran todo lo existente.

### **A la hora de proyectar un nuevo modelo, ¿cuántas personas trabajan en el desarrollo tecnológico?**

Jofemar cuenta con un departamento de I+D de más de 50 personas y, aunque está dividido por secciones (mecánica, programación y sistemas de pago),

en un producto como la Coffeemar G250 todos los departamentos están involucrados y coordinados. No obstante, hoy en día contamos con un verdadero centro tecnológico que se centra de pleno en todos los aspectos del vending; allí diseñamos todos los componentes e iniciamos la cadena de producción.

### **¿Y como es el día a día en el desarrollo de una máquina?**

Es un trabajo que puede ser muy complicado pero a la vez es muy agradecido. Todas las dificultades que se sacan adelante tienen la recompensa de convertirse después en mejoras para el mercado, y la dedicación del personal en la empresa es ejemplar. Ahora que hemos terminado con la última fase del proceso, tomar un café de nuestra última creación y comprobar que tiene una calidad inigualable nos hace sentir orgullosos.

La válvula de presión en el grupo de erogación es sin duda una de las innovaciones más destacadas. Por primera vez una máquina vending, y que es totalmente automática, contempla este tipo de sistema que asegura que la presión de erogación comienza por encima de los 7 bares.

También hemos introducido el molido autorregulado, gracias al cual la propia máquina ajusta la abertura del molino para que éste tenga siempre el grosor perfecto; además, nuestro sistema de dosificación de productos solubles permite visualizar los gramos entregados para cada tipo de producto.

Y aún tiene más novedades con las que sabemos que mejoramos tanto la calidad del café como la operación de la máquina.

**¿Cómo han llegado a “dar con la tecla” de lo que necesitaban aportar a la máquina?**

Berlin  
1 de agosto de 2009  
11.30 am

Ahora cuando llegue a la reunión les diré: "Nosotros los alemanes somos muy eficientes para organizar todo. Pero, las máquinas de café dejemos que las hagan los italianos".

**luce x2**

**rheavendors** 

**españa**



## Alfredo Castillo, Jofemar R&D managing director



**“All the difficulties we find in the way have the reward of being turned into something that will improve the industry”**

“IT IS THE FIRST TIME A FULLY AUTOMATIC VENDING MACHINE ENSURES BREWING PRESSURE OVER 7 MILLIBAR RIGHT FROM THE FIRST SERVICE”

With the launch of a new espresso coffee machine by Jofemar, the Coffeemar G250, we found the opportunity to talk with Alfredo Castillo in the R&D department of the company. As the head person in this area, Mr. Castillo has provided us with first-hand information about how this new launch has been developed and which are its most remarkable features and innovations.

### **What is the story behind the creation and launch of this new addition to the OCS sector by Jofemar?**

The very first Coffeemar model, exclusively for instant brews, was launched in 2002. This was the platform for the later espresso version – Coffeemar G500. Both units were warmly welcomed by clients since they included all the characteristic features of Jofemar’s machines: a solid and compact external cabinet, with reliable and accurate mechanism. Three later versions of the mechanic systems were then developed, including all kinds of improvements.

Clients have evidently been asking for a smaller machine. And, besides, we knew that we had to go beyond everything we had done in this range, but keeping the best characteristics of the Coffeemar G500.

**As I can see, we are talking about the ultimate evolution in a range of machi-**



### **nes. Which are the most relevant features in this upgrade?**

The pressure boiler in the brewing system is one of the main highlights. It is the first time a fully automatic vending machine has been equipped with this system, ensuring brewing pressure over 7 millibar.

We have also added a self-adjustable coffee grinder that calibrates and optimizes the thickness of ground coffee. Even more, with our dosage system for instant products, you can actually see the exact grams of coffee used for every different product.

And there are a lot more new features which we are sure that improve both the quality of coffee and the functionality of the machine.

### **How did you manage to hit the nail on the head about what was needed to be introduced?**

Here at Jofemar’s R&D department

over 50 people have been working on the Coffeemar G250, with different sections (mechanics, programming and payment systems) in perfect coordination. In fact, we can say that this is a technological center that works full force on all vending issues. We actually design all the spare parts and start the production in here.

### **So what is one day in the development of a machine like?**

This can be a tough job, but it is also very pleasant. All the difficulties we find in the way have the reward of being turned into something that will improve the industry. Besides, all the staff is always fully committed to it.

Now that the work is finally done, we are very proud to take a coffee from our last creation and check that it really has an unbeatable quality.

# SPRESSOin<sup>o</sup>

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



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

## SPRESSOin<sup>o</sup>

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,,



## Davide Mapelli, Director Comercial de N&W España:

# “Innovamos para no tener que escoger entre la calidad de servicio y el precio”

“EN DICIEMBRE VAMOS A LANZAR AL MERCADO UNA TARIFA DE PRECIOS NETOS PROFESIONALES, QUE HA SIDO ESTUDIADA PARA LOS OPERADORES DE VENDING PROFESIONALES”

N&W Global Vending es un líder mundial en el mercado de máquinas expendedoras de bebidas y snacks bajo las marcas Necta (en todo el mundo) y Wittenborg (operando en los países del norte de Europa). Además, ejerce un papel de capital importancia en los mercados de Horeca (Necta) y OCS (bajo la marca Sgl). La compañía posee seis plantas de producción, tres centros de Investigación y Desarrollo en Europa y 15 sedes en todo el mundo, con una plantilla de 1.800 empleados.

Davide Mapelli es el Director Comercial de N&W en España, responsable de que la filosofía de la marca esté presente en todas las operaciones de su red comercial.

¿En qué consiste esta filosofía de trabajo?

En N&W tenemos claro que cada cliente es un patrimonio, y no dejamos de pensar y trabajar en cómo podemos servirle mejor y ganar su preferencia.

**El objetivo es claro: la fidelización del cliente. Pero esto, ¿cómo se plasma en el mercado actual, donde la competitividad y el nivel de especialización de los distintos fabricantes es cada vez mayor?**

Hoy en día trabajar para conseguir que los clientes nos compren y aprecien significa hacerlo para dar un servicio excelente pero también ser capaces de hacerlo a buen precio.

**Competir, pues, significa ofrecer un buen precio al operador. ¿Hay algo más?**

Escoger a N&W no significa simplemente comprar un producto, lo que ofertamos es un paquete completo de soluciones y servicios. En un momento macroeconómico tan delicado hemos sido capaces de sacar al mercado una línea de producto nueva (Canto, Samba, Diesis) que nos ha permitido mantener nuestros estándares de excelencia.

Innovamos para no tener que escoger entre calidad de servicio y precio. Debemos ser eficientes en costes para poder ofertar un producto con muchas prestaciones a un precio competitivo.

En diciembre vamos a lanzar al mercado una “tarifa de precios netos profesionales” estudiada para los operadores de vending profesionales.

**¿Qué más nos puede adelantar sobre esta iniciativa?**

Es una tarifa que dará la posibilidad a



los operadores profesionales del sector de poder escoger un producto N&W a un precio competitivo y al mismo tiempo brindar unos servicios añadidos.

Los servicios comunes relativos a transportes, instalaciones, personalizaciones, configuraciones y otros más específicos, como cursos de formación técnica y para reponedores, estudios de rentabilidad, proyectos tecnológicos y de marketing.

La distribución de un producto es tan importante como el producto en sí. Necta siempre se ha mostrado orgullosa de contar con una red comercial y un servicio posventa de primer nivel.

**¿Cuáles son las cualidades más valoradas a la hora de conformar una red de distribución?**

A la hora de escoger a nuestros colaboradores comerciales somos muy exigentes. Un agente Necta atesora competencias técnicas, preparación profesional y una larga experiencia profesional.

Es un interlocutor que conoce perfectamente todos los procesos internos, las características del mercado y la problemática de cada zona. En cada momento garantiza el servicio posventa, que incluye la formación técnica así como la venta de recambios originales garantizados.

# La leche con el mejor rendimiento en máquina

**¡garantizado!**



1

2

3

## La más moderna tecnología del granulado/aglomerado al servicio del vending

En SIMAT trabajamos desde hace más de 30 años para conseguir fabricar la mejor leche del mercado para máquinas automáticas de Vending y Horeca. Disponemos de una amplia gama de productos con base láctea, café, cacao o infusiones, especialmente indicados para conseguir el mejor rendimiento

en máquinas automáticas de Vending y Horeca.

Además, gracias a Lead Food Service, empresa del grupo SIMAT, plataforma de soluciones integrales de Vending, marcamos la diferencia. Porque disponemos de las mejores marcas, productos y con entrega inmediata a nuestros clientes.



GARANTÍA DE CALIDAD Y SERVICIO



PREPARADOS ALIMENTICIOS SOLUBLES Y SOLUCIONES INTEGRALES DE VENDING  
Servicio de atención al cliente

902 445 300 | 93 771 23 11 | [sac@leadfs.com](mailto:sac@leadfs.com) | [www.simat.es](http://www.simat.es)

C. Progrés, s/n | Pol. Industrial Camp de la Serra | 08781 Els Hostalets de Pierola - Barcelona

## Davide Mapelli – Sales Manager N&W, Spain



N&W Global Vending is a leading company in the international market of snacks and drinks vending machines, operating under the Necta (worldwide) and Wittenborg (exclusively for Northern Europe) brands. N&W plays also a crucial role in the Horeca and OCS markets under the Necta and Sgl brands, respectively. The Group owns six production plants, three Research and Development centers in Europe and 15 delegations all over the world, employing 1,800 workers.

Davide Mapelli is Sales Manager of N&W in Spain. He is responsible for imprinting the company philosophy in every single operation all along the sales network.

### **What is this philosophy based on?**

Every client of N&W is part of us. With this always in mind, our efforts are to provide the best service, so we become their first option.

It is clear that you work on customer loyalty. However, with all the manufacturers being so competitive and increasingly specialized...How do you achieve loyalty?

“Innovation is the third way we have chosen, thereby, we have to exclude neither service nor price”

“NEXT DECEMBER, WE ARE LAUNCHING A PROFESSIONAL NET PRICE LIST ESPECIALLY ADDRESSED TO PROFESSIONAL VENDING OPERATORS”

In the current market, if we want clients to appreciate our brand and buy our products, it is a must not only to provide an excellent service, but also at a reasonable price.

**Competing, thus, means offering a reasonable price to operators. I am sure it is not that simple...**

When clients choose N&W they do not simply buy a product. What we offer them is a full service and solution package. Despite the ticklish macroeconomic momentum, we have managed to launch a brand-new product range (Canto, Samba and Diesis models) that has reinforced our excellent quality standards.

Innovation is the third way we have chosen, thereby, we have to exclude neither

service nor price. Cost efficiency is a key point for us in order to provide full-packaged products at competitive prices.

Next December, we are launching a “professional net price list” especially addressed to professional vending operators.

### **What else can you anticipate us about this initiative?**

With this price list, professional operators will be able to choose one of our N&W products at a competitive price, taking advantage of a series of additional services.

These standard services include transportation, installation, customization, configuration...Besides, we will offer other specific services, such as technical and restocking training courses, profitability analysis, technological and marketing projects, etc.

Product distribution can be as determining as the product itself. Necta has always been proud of its first-class sales network and customer support service.

### **What do you essentially require from your distribution partners?**

We are very demanding when it comes to choose our sales partners. Any Necta agent must have wide technical knowledge, professional training and extensive experience in the business.

They are required to be perfectly in touch with our internal processes, the special market particularities and their handicaps. They have to make clients aware of our guaranteed customer support and its benefits: technical training and a guaranteed sale of spare parts.



FLO S.p.A. - Sede Centrale  
Frazione Ghiara Sabbioni, 33/A  
I - 43012 FONTANELATO (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@flovending.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

## Albert Espriu, Consejero Delegado de Simat

# “Queremos que nuestros clientes se sientan orgullosos de haber confiado en Simat”

Simat es una de las empresas pioneras del sector vending en España. Con más de 30 años de experiencia en la venta automática, es también una de las firmas fabricantes de preparados alimenticios referentes en esta industria.

Recientemente, la empresa se ha incorporado a la Asociación Europea de Vending, que representa a los profesionales del sector a nivel europeo. Albert Espriu, Consejero Delegado de Simat nos comentó la importancia de esta decisión.

### ¿Por qué han decidido formar parte de la EVA?

En Simat, hemos decidido incorporarnos a la Asociación Europea de Vending por un motivo muy claro; nuestra política de expansión internacional engloba la mayor parte de países europeos donde la Asociación está presente.

### ¿Por qué cree importante asociarse?

Para llevar a cabo la política a la que hacíamos mención, consideramos importante la asesoría de la Asociación sobre todo en términos de información de los usos y costumbres, legislación, métodos operativos etc... de cada uno de los mercados donde queremos estar presentes. También pensamos que nos permitirá estar al día en cualquier novedad que afecte al sector del vending a nivel europeo.

### En los tiempos que nos está tocando vivir, la pregunta es obligada. ¿Cuál es el estado de salud del Vending?

Nuestro sector no es ninguna excepción en la crisis general, no obstante confío en la fuerza, voluntad y profesionalidad de todos los que formamos parte de este colectivo para salir fortalecidos de esta crisis. Las situaciones difíciles son las que hacen esforzarse en innovación, ingenio, nuevas políticas, nuevas formas de hacer, adaptadas a las nuevas circunstancias.



“PARA LLEVAR A CABO NUESTRA POLÍTICA DE EXPANSIÓN, CONSIDERAMOS IMPORTANTE LA ASESORÍA DE LA EVA”

### ¿Cómo me podría convencer de que optase por contratar sus servicios en vez de los de la competencia?

Simat es una compañía pionera en el vending, desde 1979 fabrica exclusivamente productos solubles para máquinas automáticas. Desde entonces no hemos dejado de invertir en medios técnicos y humanos para poder ofrecer a nuestros clientes la más avanzada tecnología de aglomeración. Nuestro know-how nos permite disponer de productos de alta calidad y excepcional rendimiento, que han sido especialmente diseñados para satisfacer las más altas exi-

gencias de los operadores de Vending y de los consumidores actuales. Además fuimos pioneros en el sector en implementar la norma ISO 9002 que garantiza la regularidad de nuestros procesos. Disponemos de todas las homologaciones y registros sanitarios que requiere la actual legislación.

### Toda empresa que quiera liderar un sector debe tener muy presente la investigación y el desarrollo de nuevos productos...

En el apartado de investigación, destacar que hemos firmado un contrato de colaboración con el Departamento de I + D de la Universidad de Barcelona para desarrollar nuevos productos y nuevos procesos productivos, con el objetivo básico de nuestra organización: “Que nuestros clientes se sientan orgullosos de haber confiado en Simat”.

## Albert Espriu – Simat Managing Director

# “We want our clients to feel proud of choosing Simat”

“IN ORDER TO EXECUTE OUR EXPANSION PLANS, WE CONSIDER THE EUROPEAN VENDING ASSOCIATION A KEY CONSULTANT”

Simat is a pioneering company in the Spanish vending sector. With over 30 years of experience in the automatic business, it is currently a landmark producer of food preparations in the sector.

The company has recently become a member of the European Vending Association, an institution representing European vending professionals. Simat Managing Director, Albert Espriu, shared his feelings with us after this important decision.

### Why did you decide to become an EVA member?

The reason Simat decided to join in the EVA is very simple: most of the European

countries that are members of the Association are included in our plans for global expansion.

### How important was for you to become an associated member?

In order to execute our plans, we consider the Association a key consultant, especially in terms of legal information, operational techniques, regional specialities and customs, etc. for each of the markets we intend to get in. We also consider that this will be of great value as a daily source of information, knowing what's

on in the European vending industry.

### In times like these it is almost compulsory to ask...What is the current state of the vending industry?

Our sector is not an exception to this general crisis. However, I am very confident of all the professionals in this business. With strength, goodwill and professionalism, I am sure we will get over it and become stronger. Difficult times inspire innovation, inventiveness, new strategies and new ways to adapt to changing circumstances.

### Try to convince me of choosing your services over the competence.

Simat is a pioneering company in the vending market, a dedicated manufacturer of instant products for vending machines since 1979. Since then, we have made a constant investment on technical and human resources to offer the most advanced agglomeration technology.

Thanks to our know-how, we have developed top-quality products that provide greater returns. Our range has been especially designed to satisfy the most demanding vending operators and target consumers.

Besides, we were among the first companies in the sector that adopted the ISO 9002 standard for quality assurance in our production. Furthermore, we meet all the required standards and health certificates.

### Research and development of new products shall be a must for any company that is determined to lead its industry...

In this field, we have taken the initiative and signed a collaboration agreement with the R&D department at the University of Barcelona. Thereby, we will jointly develop new products and new production processes with our main goal in mind: “Make our clients feel proud of choosing Simat.”

## CALIDAD Y SERVICIO



## Multiplus Gourmet by Jofemar honoured with Innovation Prize at EuVend



# La máquina Multiplus Gourmet de Jofemar obtiene el premio a la innovación en EUVend

La compañía Stüwer, distribuidora oficial de productos Jofemar en Alemania, presentó en la última edición de la feria alemana de Vending la máquina Multiplus Gourmet con un gran éxito entre el público. Su avanzada mecánica que permite la entrega del producto a la altura de la mano del usuario por medio de un ascensor, su versatilidad para el ajuste de los diferentes canales a cualquier formato de producto y

sobre todo su especial módulo de microondas y grill que cocina en la propia máquina cualquier tipo de plato precocinado (hamburguesas, pizzas, etc.) le han valido a este modelo la entrega del galardón a la innovación.

El reconocimiento y el éxito que supone este premio supone superar una barrera mas en la contribución del vending a la sociedad. Tanto los responsables de la compañía Stüwer como los de

Jofemar han mostrado su satisfacción por la acogida de la Multiplus Gourmet por parte de los profesionales del sector y especialmente por el buen servicio que está ofreciendo a un gran número de personas todos los días.

Stüwer, official distributor of Jofemar in Germany, introduced the Multiplus Gourmet model at the latest EuVend show with great success. The machine features cutting-edge mechanical resources: a small elevator that delivers the product at hand's reach, a versatile system that adjusts the shafts to the product size, and (most of all) a microwave and grill system that cooks all sorts of ready-meals (hamburgers, pizzas, etc.) inside the machine. For all these reasons, the Multiplus Gourmet has been awarded the Innovation Prize, a big hit and honour that means a new achievement in the contribution of vending to society.

Both Stüwer and Jofemar company representatives have declared to be proud of the warm welcome of the Multiplus Gourmet among the industry, especially for the excellent service that it is providing to clients every day.

## Vendin ends a positive year, with new operations in the pipeline

# Vendin cierra un año positivo y prepara un conjunto de operaciones para el 2010

Tras un año que termina lleno de novedades en productos, como es el caso de la monodosis y cápsulas de Spresso, la línea de Vendin Sano en Leche o Cacao, o las más recientes, como los capuccinos, los responsables de Vendin informaron de que, aun cuando en el sector se ha notado la recesión, la firma ha mantenido su cuota de ventas.

En cuestión internacional, tras su consolidación dentro del marco europeo, (donde cuenta con distribuidores en el centro y este de Europa) y en Oriente Próximo, hay que sumar su reciente incorporación a la Asociación Europea de Vending.

### VENDINOVA

Otra acción muy importante en 2010 es la puesta en marcha de Vendinova. Este departamento se encargará de presentar las novedades en cuestiones de investigación y desarrollo, aportando ideas y productos nuevos, atendiendo las demandas del cliente y haciéndoles participes del diseño del producto que desean.

Vendinova comenzará a operar en Pinto, pero se culminará en las nuevas instalaciones de la Carpetania en Getafe, donde ya se ha empezado a construir la nave para el nuevo departamento de I+D+i y parte de la logística de la empresa.

After a year plenty of new product launches such as the Spresso coffee pods, the Vendin Sano range of Milk and Cocoa instant products, or the recent cappuccinos, Vendin reports positive results. The industry being in the middle of recession, Vendin has however kept a stable sales record.

In the global market, Vendin has definitively consolidated in the European market (with official distributors in Central and Eastern Europe) and in the Near East. Besides, the company celebrated its recent inclusion as an EVA member.

### VENDINOVA

Another key initiative towards 2010 will be the new Vendinova department. Finding new products through high technological development will be the main goal. New facilities are being built in Getafe (Madrid) to house both the R&D department and part of Vendin's distribution section.

## The route of Saeco's Top range presentations arrived to Majorca and Valencia

# Saeco continúa presentando su gama Top, esta vez en Mallorca y Valencia

Saeco sigue con la presentación oficial en España de las nuevas máquinas de bebidas calientes de su gama Top, Phedra y Atlante, a los sectores del Vending, Office Coffee Service y Horeca.

Durante el mes de septiembre las presentaciones tuvieron lugar en Palma de Mallorca y en Valencia, continuando las que se iniciaron el pasado mes de mayo en Barcelona y Madrid.

La presentación en Palma de Mallorca, el pasado jueves 17 de septiembre, se celebró en el ArabellaSheraton Golf Hotel Son Vida conjuntamente con Es Caf Ses Illes (encabezada por su gerente Ernest Sánchez), distribuidor oficial de Saeco en Baleares.

La presentación en Valencia tuvo lugar en las instalaciones de Gesvending, distribuidor oficial de Saeco en Valencia y Castellón (con Jesús Fuentes a la cabeza), en el Parque Tecnológico de Paterna el pasado jueves 24 de septiembre.

Ambas presentaciones fueron presididas por Juan José Mach, Director General de Saeco Ibérica. Las dos jornadas de puertas abiertas fueron un éxito de participación. Debido al gran interés mostrado por los profesionales, Saeco continuará presen-



tando su gama Top en otras provincias de la geografía española.

The official presentation of Saeco's new Top range of hot beverages machines (Phedra and Atlante) for the vending, OCS and Horeca sectors followed its roadmap. During last September, new showcases (this time in Palma de Majorca and Valencia) followed those held in Barcelona and Madrid in May.

The Majorca event (September 17) was coordinated between Saeco and official local distributor Es Caf Ses Illes – leaded

by manager Ernest Sánchez – at the ArabellaSheraton Golf Hotel Son Vida. The Valencia presentation (September 24) was held at Gesvending headquarters (official distributor in Valencia and Castelló), with manager Jesús Fuentes, at the Paterna Technological Pole.

Both events were chaired by Saeco Ibérica GM Juan José Mach. As these two open-day events were broadly attended by responsive professionals, Saeco will continue its Top range presentation tour in other Spanish regions.

## Comestero Group strengthens vending department with new staff

### El Grupo Comestero refuerza su plantilla de vending con nuevas incorporaciones

Con las miras puestas en confirmar su carácter de liderazgo en el mercado italiano y expandir su presencia en mercados internacionales, el Grupo Comestero ha incorporado nuevas caras para su sección de vending.

Marco Carazzato vuelve al Grupo donde ya había trabajado anteriormente, tras

una fructífera experiencia en grupos internacionales. Carazzato se incorpora como director de vending y trae consigo un buen número de contactos en el sector que le servirán de lanzadera para establecer relaciones y completar operaciones con otras empresas.

En cuanto a relaciones internacionales en el área vending, el nuevo responsable es Luca Olgati. En todo caso, la empresa confirma a Marco Carazzato como el máximo responsable de las estrategias comerciales y evolución del área vending.

El Presidente de Comestero, Davide Chionna, ha declarado al respecto: "Estoy seguro de que esta decisión llega en el momento adecuado, ahora que hay claros signos de recuperación".

New, refreshing signings have been welcomed in the vending department of Comestero Group, following its plans to consolidate its leading positions in the Italian and International markets.

Marco Carazzato will be the vending manager. Carazzato is returning to Comestergroup after a profitable experience in international groups, bringing with him an important number of contacts, really useful to build relationships with other firms. The operating team for international markets will be leaded by Luca Olgati.

"I am sure that this reinforcement arrives at the right moment, where there are clear signs of recovery in the market," Davide Chionna, Chairman of Comestergroup, stated.

## US manufacturer Fastcorp to spread over Europe through 24Vend

# La fabricante norteamericana Fastcorp se expandirá en Europa a través de 24Vend

Una de las empresas líderes en la fabricación y comercialización de máquinas expendedoras de frío del mercado norteamericano, Fastcorp LLC, ha llegado a un acuerdo con la empresa británica 24Vend Ltd., por el que esta última se convierte en socio para el desarrollo en el mercado internacional.

La experiencia de 24Vend no es nueva en la industria; recientemente – según publica *Vending Times* – estuvieron a cargo de la penetración de Mars Chocolate en el Reino Unido.

Lo más llamativo de la tecnología de las máquinas de Fastcorp es su sistema de extracción del producto, pues utiliza un brazo robótico que termina en un sistema de aspiración que atrapa el producto y lo

deposita gentilmente en la bandeja, donde será recogido por el cliente. De este modo, da cabida a un mayor número de productos y evita que se desestabilice el equilibrio de la temperatura cuando el consumidor recoge su compra.

A leading manufacturer and provider of cold and frozen food vending machines in the US market, Fastcorp LLC, has reached an agreement with British company 24Vend Ltd., by which the latter will become its partner for development in the international market. 24Vend has previous experience in this industry – not so long ago (*Vending Times* reports) they were in charge of marketing Mars Chocolate in the UK.

Fastcorp's technology is mainly distin-



guished by its product extraction system in their machines. The vacuum robotic technology efficiently grabs the item to deliver it gently in the access tray. This enhances capacity to store a higher number of products and maintains constant temperature in the freezer even when the clients picks his selection.

## Security built by over 30 years of experience

# La seguridad que dan más de 30 años de experiencia

Desde su recientemente adquirida delegación de Alsasua (Navarra), con 5.000 metros cuadrados para montaje y almacenamiento, Baton Europe va a servir como centro logístico para la expansión de la empresa multinacional de cerraduras profesionales por Europa, Gran Bretaña y África.

La empresa, que ofrece un catálogo completo y muy extenso de productos caracterizados por su calidad de fabricación, nació hace más de 30 años (en 1973) en China, bajo el nombre de Shin Shuy Enterprise Co, Ltd. Siempre con el objetivo de proveer un producto de calidad a precios competitivos, la empresa se ha ido ganando una sólida reputación en la industria, como fabricante, innovador y por su servicio de atención al cliente para las OEM.

En 1983 se produjo el desembarco en Estados Unidos, donde pasó a llamarse Baton USA, al que le siguió la delegación de Gran Bretaña en 1992. Ahora, es el turno de Baton para consolidarse en la Península Ibérica.

From its recently acquired 5,000 sq metres delegation in Alsasua (Navarra, Spain) for assembling and storage, Baton Europe will work as a distribution centre to fulfill the expansion of the multinational manu-

facturer of security products in Europe, UK and Africa.

With a full range of products known by their high manufacturing quality, the group has been producing for over 30 years. In 1973, under the corporate name Shin Shuy Enterprise Co, Ltd., the origins of Baton were set in China. Since early days, the company has committed to offer quality and affordable products. This helped to gain a solid reputation among the industry as a manufacturer, innovator and customer service provider for OEMs.

In 1983 the company arrived to the United States, and established as Baton USA. It was later followed by the UK delegation in 1992. Now it is the time for Baton to consolidate in the Iberian Peninsula.





# Rock Revolution

**EFFECTOS COLATERALES: ABSOLUTAMENTE CONTAGIOSO PARA CUALQUIER TIPO DE USUARIO.**

Imaginaros un distribuidor tan grande como para ofrecer hasta 70 selecciones, compatible con sistemas de telemetría, capaz de atraer al público gracias a una vitrina espectacular y entretenerlo con una nueva pantalla de video para mensajes promocionales. Y además, que sea a prueba de actos vandálicos.

No es que estés soñando con los ojos abiertos, es Rock, el revolucionario distribuidor de Necta, estudiado específicamente para emplazamientos públicos. **Rock, música para tus negocios.**



N&W GLOBAL VENDING SPAIN, S.L.  
Avda. de Suza, 11-13  
Pol. P.A.L. - 28821 Costada (Madrid)  
Tfno: 91 277 44 00

[www.nwglobalvending.es](http://www.nwglobalvending.es)

ES UNA MARCA DE



## Flo, a plastic and paper cups partner for vending professionals

# Flo, un partner para el profesional del vending en vasos de plástico y papel

Fundada en 1973, la italiana Flo ha sabido crecer y enfrentarse rápidamente al mercado internacional. Tras su inicio en el sector de la Distribución Automática y su extensión al Gran Consumo, se ha convertido en un socio a tener en cuenta para la Gran Distribución Organizada, el Vending y el Catering.

La producción anual de la firma, que puede superar los 7 mil millones de vasos, se distribuye no sólo en el territorio nacional, sino también mediante sucursales extranjeras – que se comunican con la sede en tiempo real y que están situadas en el Reino Unido, Francia (nación que desde 2004 cuenta con la fábrica de Ruitz) y Alemania – y distribuidores exclusivos en todos los países de la UE y Europa del Este.

### FLO EN EL MERCADO ESPAÑOL

Es posible comprar los productos de Flo no sólo directamente desde Italia sino también a través de la red comercial española. La especial colaboración con Elater S.A., presente en la Península Ibérica gracias a las delegaciones de Madrid, Barcelona, Bilbao y Porto, garantiza una logística eficaz



y una asistencia profesional ante cualquier problema.

Founded in 1973, Italian company Flo has been growing and expanding in the international market over these years. Originally dedicated to the vending market, it opened up later to the Commodities channel, becoming a great partner for these markets and the catering industry.

Flo's annual production of over 7 billion cups is distributed in Italy and in many international markets. Real-time communication is established between the head-

quarters and the delegations in UK, France (since 2004, with the Ruitz factory) and Germany. Besides, the group has exclusive partners in all EU and Eastern Europe countries.

### FLO IN SPAIN

Flo products can not only be bought right from Italy, but also through the Spanish sales network. The special cooperation with Elater S.A. – with its delegations in Madrid, Barcelona, Bilbao and Porto – guarantees efficient distribution and professional support.



La marca Sugus construyó un mosaico solidario de 79 metros cuadrados y con 150.000 caramelos en colaboración con el Ayuntamiento de Madrid, a través de la Fundación Voluntarios por Madrid, entre el 16 y el 18 de octubre en el Parque del Retiro.

Para este evento solidario se realizaron además diferentes actividades muy dinámicas y con un gran componente lúdico que combinó con el objetivo educativo de la iniciativa. Escolares,

## Pro-diversity and integration mosaic by Sugus

# Por la diversidad y la integración

discapacitados, menores en riesgo de exclusión social, colectivos de inmigrantes y familias en general participaron en la construcción del mosaico solidario. Sobre esta innovadora iniciativa, Elena Pacheco, brand manager de Sugus, afirmó: “creemos que la construcción de este mosaico supone una experiencia vital enriquecedora para las familias, que repercutirá en su percepción de la diversidad y el entendimiento de la integración como necesidad indispensable para crear un modelo social adecuado y en armonía”.

Chewing-gum brand Sugus designed a 79 sq. meters pro-civism mosaic, made of 150,000 sweets, with the cooperation of the Madrid City

Council and the “Voluntarios por Madrid” Foundation. It was at everyone's sight in the Retiro park between 16-18 October.

Besides, many entertainment activities were organized for this civic event, combining education and leisure at the same time. Scholars, immigrant associations, families, handicapped people and minors threatened by social exclusion took part in making this pro-integration mosaic. Sugus brand manager Elena Pacheco shared her thoughts on the initiative: “We believe that building this mosaic is a enriching life experience for all the families. It will widen their perception of diversity, understanding that social integration is a must for an harmonic and proper society.”

# Coffeemar



Máxima calidad en bebidas calientes



## Primera y única máquina Vending con válvula de presión y molido auto-regulado

Jofemar ofrece su nuevo modelo de máquina de bebidas calientes para 250 servicios con la seguridad de conseguir una calidad de café inigualable.

Gracias a las innovaciones incorporadas, su válvula de presión asegura que todo el ciclo de erogación se realiza por encima de los 7 bares, o el molido auto-regulado que siempre consigue el grosor correcto del molido, la Coffeemar G250 es el mejor servicio de café expreso que puede ofrecer a sus clientes.

Una máquina sólida y de diseño atractivo, construida con los mejores materiales e incorporando la mejor tecnología, un modelo más de la familia Jofemar con todas las características y prestaciones de esta firma.



**Jofemar**

[www.jofemar.com](http://www.jofemar.com)

## GRAND PREMIERE FOR NESPRESSO'S NEW TV COMMERCIAL



El líder de ventas en café de cápsula, Nespresso, lanzó una precampaña de promoción durante las semanas anteriores al estreno de su último spot publicitario para televisiones de todo el mundo. A través de la web oficial de Nespresso, los responsables de comunicación de la filial de Nestlé fueron dejando pequeñas muestras de la nueva colaboración entre la marca de café y el popularísimo actor George Clooney.

Además se propuso a los miembros del Club Nespresso que sugirieran un guión para el nuevo anuncio. El premio, nada menos que un viaje en calidad VIP al Festival de Cine de Cannes 2010.

George Clooney, en su cuarta colaboración con la marca, apareció en pantallas de todo el planeta el pasado 6 de noviembre, en un anuncio (dirigido por el cineasta Robert Rodríguez) con duración real de cortometraje y aspecto de elegante superproducción de Hollywood.

Beginning November 6, 2009, famous film star George Clooney once again graced screens across Europe, the Middle East, South America and Asia — as part of a new advertising campaign from Nespresso, the worldwide market leader in coffee pods. In the previous weeks, Nespresso Club members had the exclusive opportunity to watch highlights from the new film on the Nespresso website and to suggest a storyline for a chance to win a VIP trip to the 2010 Cannes Film Festival.

Created by McCann Paris and directed by Robert Rodríguez, this kind of short film with the finest Hollywood elegance stars Clooney in its fourth contribution to Nespresso's market campaign.

## Estreno de lujo del nuevo spot publicitario de Nespresso

### Strauss Group acquires Tana Industries

### El grupo Strauss se hace con Tana Industries

El grupo Strauss, una gran multinacional de la alimentación, ha comprado el total de las acciones de la israelí Tana Industries Ltd., por medio de su filial H2Q Water Industries Ltd. La operación incluye la compra del sistema de purificación de agua Tami 4 de la empresa absorbida.

Tana es fabricante de fuentes de agua POU desde hace más de 30 años, con una plantilla de más de 370 personas y una filial en Reino Unido. Los productos de Tana se distribuyen por Europa, el Este asiático y Sudamérica.

Multinational food group Strauss announced the closing of the acquisition of 100% of Tana Industries LTD shares through the group subsidiary H2Q Water Industries LTD, including Tana Industries' Tami 4 water bar system.

Tana Industries is an Israeli developer and manufacturer of point of use water cooler systems with over 30 years of experience, a staff of over 370 workers and a delegation in the UK. Tana products are sold in Europe, Far East and South America.



**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](http://www.saeco-phedra.com)

 **Saeco**

Espresso Feeling

## International launch of the 2010 LAVAZZA Calendar, shot by MILES ALDRIDGE



## LAVAZZA presenta su Calendario 2010 con imágenes creadas por MILES ALDRIDGE

En el Palazzo Madama de Turín, Lavazza presentó el pasado jueves 15 de octubre el Calendario Lavazza 2010 como parte de The 2010 Italian Espresso Experience. El Calendario, con fotografías realizadas por el prestigioso fotógrafo de moda británico Miles Aldridge, fusiona el arte, la fotografía y la música para rendir tributo a la cultura italiana.

“Para mí, este proyecto trataba en parte sobre Fellini”, apuntó Aldridge mientras dirigía a un grupo de seis top models que protagonizan las siete imágenes brillantes, vivas y provocativas del Calendario Lavazza 2010. El hilo conductor de dichas imágenes son temas clásicos de la canción italiana como ‘O Sole Mio y Nessun Dorma. Francesca Lavazza, Directora de Imagen Corporativa de Lavazza comentaba: “Una vez decidido el tema de este año, la elección más lógica era Miles puesto que nuestra idea era dar con un artista que fuese capaz de utilizar su estilo y su mirada para poder captar no sólo la alegría que caracteriza a la música italiana sino también el talento”. Las imágenes del Calendario Lavazza 2010 adornarán las calles de las principales ciudades europeas y los aeropuertos más importantes del mundo, así como en aquellas cafeterías que sirvan café Lavazza.

The 2010 edition of the Lavazza Calendar was presented last October 15 at the historic Palazzo Madama in Turin. This surprising, upbeat calendar has been produced by the influential British photographer Miles Aldridge, who has taken 7 memorable shots to represent the 12 months of 2010.

“...To me, this project was partly about Fellini,” commented Miles Aldridge on the set of the Lavazza Calendar. This eighteenth edition features six of the world’s most famous models, but, for the first time ever in the history of Lavazza Calendars, the real star of the show is Italian music: an international ambassador for the country’s talent, optimism and lifestyle.

Francesca Lavazza, Corporate Image Director at the Lavazza Group commented: “After we had decided on the theme, Miles was a natural choice. We were looking for an artist whose style and approach could bring out the genius, the cheerful and positive side of Italian music”.

Lavazza Calendar will decorate main avenues at the most important European cities. Year after year, the calendar attracts a growing number of collectors and fans who eagerly await the preview to upload pictures and impressions from Lavazza’s website.



Con motivo del lanzamiento de una nueva gama de productos para el sector de la venta automática, la empresa distribuidora en el canal vending, Sistiaga Lasa, ofrece a los operadores un 3x2 en su nueva oferta de consumibles. Bebidas de tamaño práctico, perfectamente adaptados para su venta a través de máquinas expendedoras, se han unido a la cualitativa y extensa línea de productos de Sistiaga. Se trata de zumos Bio con leche y vitaminas (y 0% de materia grasa), de varios sabores, y sabrosos batidos de leche y cacao con bajo contenido en grasas; todos ellos

## Quality products in Sistiaga Lasa new promo

# Sistiaga Lasa apuesta por la calidad en su nueva promoción

con la calidad que asegura un fabricante de primera línea como Central Lechera Asturiana.

La empresa vasca ofrece un servicio de calidad al sector del vending y la hostelería desde 1978. Prueba de ello son las primeras marcas con las que trabaja: Nestlé, Necta, Mei... ofreciendo productos, maquinaria y servicio técnico de garantía. Con esta última aportación en consumibles, Sistiaga confirma su línea de crecimiento en snacks saludables y de calidad.

With a new range of products ready to be launched in the vending channel, distributor Sistiaga Lasa offers operators a 3x2 promo in new consumables. These handy beverage packs,

perfectly adapted to fit vending machines, add a new line of products to the extensive offer of Sistiaga. Bio fat-free juices with milk and added vitamins (available in different flavours) and low-fat cocoa milkshakes are the new launches – all of them brought to customers by first-level producer Central Lechera Asturiana.

With this new promo, and since 1978, Sistiaga Lasa keeps offering a quality service in vending and catering services. Notwithstanding, some of the firm's partners include name brands such as Nestlé, Necta and Mei, thus guaranteeing top products, machinery and technical support. This new launch definitely highlights Sistiaga's stress on health, quality snacks.

## Elater changes name to Vendomat International

# Elater pasa a denominarse Vendomat International

Elater cambia su denominación por la de Vendomat International. El motivo del cambio de nombre se debe a un cambio en la visión estratégica de la empresa, cuyo fin es formalizar la creación de un gran grupo internacional. La empresa quiere ser uno de los referentes del sector del vending en Europa, y la Península ibérica se convertiría en el primer "hijo" de Vendomat International. Elater, que ha tenido un fuerte desarrollo en toda la península tras abrir las

filiales de Madrid, Bilbao y Oporto en tan solo dos años, afianza de esta forma su posición en la Península y abre las vías para un importante desarrollo como grupo internacional. Con este nuevo enfoque estratégico el grupo Vendomat pretende aprovechar las sinergias que le aportaría esta nueva dimensión internacional que permita poder ofrecer a sus clientes nuevas oportunidades de negocio así como una mayor vigilancia a los cambios y tendencias del vending en Europa.

Elater has changed its corporate name to Vendomat International, following a change in their strategic plans. The company will now work to build a large multinational group and become one of the landmarks of the European vending market. In this sense, the Iberian Peninsula would become the first "offspring" of Vendomat International. Elater, which has seen great development in the peninsula over these two years with the opening of new delegations in Madrid, Bilbao and Porto, consolidates in this market and opens new ways for an important evolution as an international group. With this new strategic scope, Vendomat will take advantage of the synergies that are implied in this new international dimension. Thus, clients will benefit from new business opportunities, and the group will be more in touch with the new trends and changes in European vending.



## SELECCIÓN COMPLETA DE FRUTOS SECOS

GOLOSINAS  
CARAMELOS  
GOMINOLAS  
REGALIZ





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



## IST provides a faultless repair service for vending machines in bad condition

# IST deja impecables las máquinas de vending deterioradas

Ya hace más de 1 año que la empresa IST (Iniciativas y Soluciones Técnicas) se puso en marcha con la intención de cubrir los sectores de servicios técnicos de mantenimiento, reparación y recuperación integral (incluido frío, chapa y pintura) y logísticos, relacionados especialmente con vending, dispensing y fuentes de agua, así como hostelería.

Según declara Gabriel Montero, gerente de IST: “conocemos en profundidad las carencias de unos buenos SAT y de recuperación integral que tiene el Vending; en especial el mediano y pequeño operador, que no sabe, ni tiene donde consultar, acudir y tener una respuesta satisfactoria, con una relación precio-calidad, razonable y buena”.

IST da una nueva vida a la vieja maquinaria para que los clien-

tes pueda estrenarla de nuevo. Sus técnicos revisan y recuperan equipos antiguos averiados y los dejan en un “perfecto” estado de uso, aseguran voces de la empresa.

Recently founded company IST (Iniciativas y Soluciones Técnicas) specializes in all technical repair fields, including maintenance, distribution, full repair of machinery – also dealing with refrigerators, and paint and body work. IST is especially focused on the vending, dispensing, water coolers and catering services markets.

“We are deeply aware of the lack of quality technical support and full repair services in the vending industry. Particularly when it comes to small and medium-size operators. They seek advice and look for satisfying results. They are always looking for a good and reasonably economical support,” IST manager Gabriel Montero states.

IST gives a new life to old machinery. Their technical staff checks and fully repairs old broken equipment. “After we provide our service, the machines are ready to go again,” the company affirms.



## Japón Vending offers a wider range of products to West Andalusia vending operators

# Japón Vending amplía su gama de productos para los operadores de Andalucía Occidental

A partir del 1 de octubre, y como venían demandando hace tiempo sus clientes, Japón Vending cuenta con un servicio integral multi-marcas para el profesional del vending.

El gerente de la firma, Fernando Japón Sevilla, se mostró orgulloso de haber “conseguido que la mayoría de las mejores empresas del sector hayan depositado la confianza en Japón Vending y nos permitan comercializar sus productos en las distintas provincias de Andalucía Occidental”.

Estas importantes firmas son entre otras, Bianchi Vending, Vendo Sanden, Necta, Alice Forever, NRI (monederos y sistemas de pagos), Cerraduras Indulocks (Rielda), Civit (café y productos solubles) o Nestlé.

“Con ello pretendemos afianzar nuestro objetivo, que no es otro que el de optimizar un servicio integral hacia nuestros clientes, en lo que se refiere a venta multi-marca de expendedoras, repuestos, consumibles, servicios técnicos, comercial y de telemarketing para la consecución de las mejores ubicaciones, financiaciones, etc. Todo ello con la mejor relación calidad-precio del

mercado”, apuntaba a Hostel Vending el máximo responsable de la empresa afincada en Sevilla.

As a response to continuous demands by clients, Sevilla-based Japón Vending offers since earlier October a full multi-brand service for vending professionals.

Company manager Fernando Japón Sevilla proudly stated: “Having the support of the majority of leading companies in the sector is a great achievement by Japón Vending. We are proud of selling their products in West Andalusia.” These leading brands include Bianchi Vending, Vendo Sanden, Necta, Alice Forever, NRI (payment systems), Indulocks (Rielda), Civit (coffee and instant products) and Nestlé.

“This consolidates our plan: optimizing our full client service, in terms of multi-brand product offer, spare parts, supplies, technical and sales support and telemarketing. And obviously getting hold of the best spots, the best financing...providing the best price-quality relationship in the market,” the manager stated.



**Un punto de encuentro  
para los profesionales  
del canal horeca**

# barhotel expocarne expovending

// 1º Salón profesional de equipos, mobiliario, textiles, productos y servicios para hoteles, restaurantes, comida, bebidas y catering.

// 9º Salón profesional de maquinaria, equipos y logística para la industria de la carne.

// Feria de vending machines.

## 22 al 25 enero 2010

EXPOSALÃO\_Batalha\_PT

Horario\_11h00 / 20h00

**exposalão**  
centro de exposições S.A.

Apartado 39, 2441-951 Batalha, Portugal // t: 244 769 480 // f: 244 767 489 // info@exposalao.pt // www.exposalao.pt

media partners:

Publituris  
**Hotelaria**  
A Revista de Gestão Hotelaria

**HIPERSUPER**

**ACIP**

**DISTRIBUIÇÃO  
hoje**

**o Instalador**

# ANÁLISIS del mercado de aperitivos para VENDING

LA PROBLEMÁTICA NUTRICIONAL ESTÁ CADA VEZ MÁS PRESENTE EN EL DESARROLLO DE NUEVOS SNACKS, REDUCIÉNDOSE LAS CANTIDADES DE AZÚCARES Y GRASAS TRANS, AL MISMO TIEMPO QUE SE INTENTA MANTENER EL MISMO SABOR QUE ATRAJO, EN UN PRINCIPIO, LA ATENCIÓN DEL CONSUMIDOR

El mercado de los snacks es uno de los tres sectores claves para el vending, junto con las bebidas calientes y las bebidas frías. Según datos de Nielsen, facilitados a *Hostel Vending* por la Asociación Nacional de Fabricantes de Patatas Fritas y Productos de Aperitivo (AEPA), las ventas de snacks se distribuyen en España entre el canal impulso (31%) y el canal alimentación moderna (69%). La distribución de productos a través de máquinas expendedoras forma parte del canal impulso. Si nos centramos en el vending, la combinación de una máquina instalada en un lugar accesible y de tránsito, y de un alimento preparado para un consumo inmediato, sin necesidad de ningún tipo de preparación, conforman el paradigma de la compra improvisada.

¿Pero qué podemos entender por snack? Un snack es un tipo de alimento ligero, que no aparece definido como una de las principales comidas del día (desayuno, comida y cena) y que puede ser ingerido como suplemento energético o por puro placer. El con-

cepto es suficientemente amplio como para incluir patatas fritas y otros aperitivos salados, frutos secos, dulces, chocolates y productos de repostería.

Siempre en el punto de mira a la hora de rendir cuentas a nuestra alimentación, los snacks siguen siendo uno de los alimentos preferidos del consumidor. Así se deduce de las cifras económicas que maneja este mercado.

Las previsiones de crecimiento del sector en el periodo 2007-2009 eran de un 5%. Este índice, seguramente corregido por los últimos meses de crisis, muestra un sector saludable, amparado por la innovación de nuevos productos que se presentan cada año. A este respecto, la industria de los snacks es una de las que más invierte en I+D+i, buscando nuevos sabores, nuevas texturas y nuevas formas e introduciendo nuevos ingredientes. Asimismo, la problemática nutricional está cada vez más presente en el desarrollo de nuevos snacks, reduciéndose las cantidades de azúcares y grasas trans, al mismo tiempo que se intenta mantener el mismo sabor que atrajo, en un principio, la atención del consumidor.

## SNACKS DE PATATA Y SALADOS

Por segmentos, las ventas de aperitivos de patata o derivados sumaron 44.364,9 toneladas en el TAM de mayo de 2008, lo que supu-

NUEVAS SOLUCIONES, COMO EL SISTEMA DE FÁCIL APERTURA "EASY PEEL" DE LA ESPAÑOLA, AUMENTAN LA COMODIDAD EN EL CONSUMO DE SNACKS

so un incremento del 0,2% con respecto al mismo periodo del año anterior, con un valor total de 250,9 millones de euros, un 11,4% más que en 2007. Las cifras (de la agencia IRI para la AEPA) demuestran que el mercado se ha mantenido estable, mientras que los números en valor han aumentado debido al creciente coste de las materias primas.

Introduciéndonos más en el sector, el segmento de las patatas ligeras y/o sin sal mostró una caída en las ventas, al totalizar 2.127,6 toneladas (-7,4%) y 15,5 millones de euros (-1,5%). No obstante, las patatas artesanales y caseras crecieron a 9.750 toneladas (+11,5%). Las expectativas de cara al final de este ejercicio, dentro del segmento de los productos de aperitivo, son "moderadamente buenas", según la AEPA. Respecto a las necesidades que surgen en torno a estos productos, las más relevantes llegan desde el punto de vista del consumidor, con lo que se subraya la importancia de investigar para encontrar productos innovadores y saludables.



## AL SNACKS - ESPECIAL SNACKS - ESPECIAL SNACKS -

En función del total, las ventas de patatas por segmentos son las siguientes: patata prefabricada (5%), maíz (13%), patatas planas (37%), patatas onduladas (12%), patatas light (2%) y otros (30%).

Según la agencia IRI, las ventas de snacks salados totalizaron 18.045,2 toneladas en el TAM de mayo de 2008, un 4,7% más que en el mismo período del año anterior y un valor de 150,9 millones de euros, que supone un incremento del 20,3%. Dentro de esta categoría, las palomitas mostraron un fuerte crecimiento al sumar 149,5 toneladas; los aperitivos de maíz alcanzaron las 6.367,7 toneladas y los tipo gusanitos disminuyeron a 4.549,7 toneladas.

### CHOCOLATES Y DULCES

El chocolate y los snacks dulces continúan teniendo un peso muy importante en este mercado. El perfil del consumidor sigue siendo el mismo que con las chips y los frutos secos, lo único que varía es el momento del día y la mayor o menor predisposición del consumidor a tomarse algo dulce o salado.

Por este mismo motivo, las empresas que lideran este sector suelen incluir una gama amplia de snacks dulces y salados que cubran todas las franjas horarias y los cambios de demanda del consumidor. Tosfrit es una de las firmas españolas más vanguardistas tanto en el segmento de dulces como en el de salados, incluso, combinando sabores como sus Choco Apetinas – palitos de patata con cobertura de cacao y un toque de avellana – o los Caprichocos, palomitas de maíz con cobertura de chocolate.

Las barritas de chocolate son también una de las tendencias más recientes en el vending de snacks. Nestlé lidera este mercado con las marcas Kit Kat, Crunch, Milkybar y Lion. Su gama de chocolates para expendedoras se completa con otros productos de diferente formato, como las grageas. La marca Smarties es una de las líderes en este segmento.

Evidentemente, Nestlé es también un líder en innovación, con varios lanzamientos anuales: en 2009, Kit Kat Senses y Kit Kat Pop Choc.

### PROPUESTAS MÁS SALUDABLES

La mayor parte de las empresas españolas han puesto sus miras en el mercado de productos light, reformulado sus respecti-

vas gamas. En este apartado Nestlé también lidera el camino. La firma suiza presentó este año una nueva gama de chocolatinas Nestlé Sin Azúcares Añadidos en formato individual de 25 g, ideal para el vending.

No sólo es lo que pide el consumidor, la Ley se muestra también cada vez más contundente en este tema. La nueva Ley de Seguridad Alimentaria, pendiente de su aprobación en el Parlamento, es la regulación más restrictiva aplicada nunca en nuestro país a la venta de snacks mediante expendedoras. La ley pretende prohibir la venta de alimentos con un alto contenido en grasa, sal o azúcares mediante expendedoras o en cantinas situadas en el interior de los centros escolares.

Como estamos viendo, las demandas del consumidor y las nuevas regulaciones que están siendo aprobadas en toda Europa obligan al productor de snacks a ser más innovador que nunca en el lanzamiento de nuevos productos. Un ejemplo lo encontramos en Italia, con la empresa Bag Snacks y su gama de snacks de patata "light" Italo's. Desde la firma italiana, Roberta Girolimetto nos explica: "Italo's es una gama de aperitivos de patata light, que han sido creados especialmente para adecuarse a las máquinas expendedoras instaladas en los colegios, con un 8% de contenido graso en lugar del 30% que contienen otros productos similares".

### BARRITAS DE CEREALES

LAS SERIES BRISA Y MISTRAL DE AZKOYEN SON IDEALES PARA COMBINAR SNACKS Y BEBIDAS, CON DOS ZONAS DIFERENCIADAS DE TEMPERATURA



La categoría de snacks de cereales está dividida en 4 segmentos (Fuente: IRI P I I 2009): 33% Línea, 27% Muesli, 24% Infantil y 16% Fibra. El éxito de su fórmula reside en haber conseguido llegar a nuevos perfiles de consumidores e incluso consumidores que previamente no consumían cereales en momentos como el desayuno. De hecho, en España sólo el 35% de los hogares que consumen cereales también consumen snacks de cereales. Actualmente estos productos están presentes en 1 de cada 3 hogares españoles.

Kellogg lidera la categoría de snacks de cereales en España con una cuota de mercado en valor próxima al 47% (Fuente: IRI P I I 2009) con crecimientos de la categoría del 6% en valor y del 10% en volumen vs. YTD 08. La firma se adentró en el ámbito de los snacks saludables hace más de 8 años, trasladando su experiencia en los productos elaborados a base de cereales para crear una amplia variedad de snacks saludables que acercaran al consumidor todos los beneficios de los cereales.

En este segmento también encontramos a Nestlé. Entre sus variedades se distinguen tres barritas dirigidas a un público más adulto, bajo la marca de cereales Fitness, y otras orientadas a los más pequeños, como las barritas de cereales Chocapic, Nesquik y Golden Grahams

### LA IMPORTANCIA DEL SABOR

Con todo lo que hemos dicho en este reportaje, no nos debemos olvidar que el sabor del snack sigue siendo el factor más importante a la hora de captar la atención del consumidor, al tratarse de una compra por impulso. En relación a este último apunte, es bastante significativo que las patatas fritas ligeras y/o sin sal redujeran sus ventas en distribución organizada en un 2,3% en el último ejercicio (52 semanas hasta julio de 2008), pasando de aglutinar el 6,9% del total de chips vendidas en 2007, al 5,9% en 2008.

Las propiedades nutricionales del producto son un valor añadido que cada vez pesa más en las ventas, pero un sabor que engancha sigue siendo el método más eficaz para vender un snack.

Eficacia probada.



# A market ANALYSIS of snacks for the VENDING channel

WITH CHALLENGING REQUIREMENTS FOR HEALTHIER FOOD ON THE RISE, PRODUCERS ARE TAKING FURTHER CARE OF SUGAR AND TRANS FATS REDUCTION, WHILE KEEPING THE FLAVOUR "HOOK" THAT ATTRACTED CUSTOMERS ON A FIRST BASIS.

The snacks market is one of the three key sectors for the vending business, along with the hot beverages and cold drinks markets. Data collected by Nielsen and provided to *Hostel Vending* by the Spanish Association of Chips and Snacks Products (AEPA) distinguish snacks sales in Spain from the impulse channel (31%) and the mass retail channel (69%). Product distribution through vending machines is part of the impulse channel. Focusing on the vending business, the combination of a machine located in a convenient and busy place, plus a food product (which does not need any cooking) designed for on-the-spot consumption, is the paradigm of unprompted sales.

But, what do we understand for a snack? A snack is a type of portable food not meant to be eaten as a main meal of the day (breakfast, lunch, dinner), intended to provide a supply of energy or consumed for pure enjoyment. This wide concept includes different products like potato chips and similar salty snacks, dried nuts, sweets, chocolate candies and confectionery goods.

Always in the spotlight when it comes to satisfy our nutritional urges, snacks are still one of the most beloved options by consumers. Or so the economic figures about this market say.

Growth forecasts for the sector in the 2007-2009 period were of +5%. This rate figure – even though affected by these last months of recession – shows a healthy market. This is possible, to a large extent, thanks to the new innovations that are launched every year. In this sense, the snacks industry is one of the largest investors in R&D, loo-

**NEW SOLUTIONS, SUCH AS THE NEW EASY-OPEN SYSTEM "EASY PEEL" FROM LA ESPAÑOLA, MAKES THE CONSUMPTION OF SNACKS MORE CONVENIENT**



king for new flavours, new textures, new shapes, and introducing new ingredients. Besides, with the challenging requirements for healthier food on the rise, producers are taking further care of sugar and trans fats reduction, while keeping the flavour "hook" that attracts customers on a first basis.

## POTATO AND SALTY SNACKS

Potato-based and similar snacks amounted 44,364.9 tons in the MAT, May 2008 results. This meant a 0.2% year-to-year increase, with a value of 250.9 million euros (+11.4% regarding 2007). These figures (provided to AEPA by IRI consultants) confirm stability in the market, while value numbers have increased due to the increasing price of raw materials.

More in depth, the light and/or no salt potato chips category recorded revenue losses: 2,127.6 tons (-7.4%) and 15.5 million euros (-1.5%). However, homemade style chips sales rose to 9,750 tons

(+11.5%). Late year results are expected to be "moderately good" – AEPA representatives affirm. An increasingly demanding consumer is bringing new requirements for the latest product launches. In consequence, further research to bring forth innovative and healthy products becomes mandatory.

Overall potato sales shares, divided by categories, are the following: prefabricated potato (5%), corn (13%), wavy potatoes (12%), regular-shaped potatoes (37%), light potatoes (2%) and others (30%).

Sales of salty snacks – IRI consultants figures say – amounted 18,045.2 tons in the MAT, May 2008 results. This is a 4.7% year-to-year increase with a value of 150.9 million euros (+20.3% increase). In this category, pop corn was strongly lifted to 149.5 tons. Cheese puffs and alike dropped to 4,549.7 tons. Corn-based snacks reached a production of 6,367.7 tons, with a 13% share both in volume of production and value.

Overall salty snacks sales are divided as follows: mix (16%), pop corn (1%), corn (32%), cheese puffs (23%), kids-oriented (14%) and scratchings (15%).

## CHOCOLATE AND SWEETS

Chocolate and sweet snacks are heavily important in this market. In general terms, the consumer profile is the same of chips and dried nuts. However, the time of consumption and the susceptibility of vending users to eat a sweet or a salty product are different.

In consequence, it is common among leading companies to offer a wide range of

AL SNACKS - SPECIAL SNACKS - SPECIAL SNACKS -

COMBO VENDING MACHINES (LIKE THE BRISA AND MISTRAL SERIES BY AZKOYEN) WITH TWO DIFFERENT TEMPERATURE ZONES ARE THE BEST CHOICE TO OFFER SNACKS AND BEVERAGES



both sweet and salty snacks. This way, any shift in timing or preferences by costumers is covered. In this sense, Tosfrit is one of the most innovative Spanish companies. launching new products in the sweet and salty snacks categories. They even combine both flavours in new releases like Choco Apetinas (potato sticks filled with cocoa and a hazelnut touch) or Caprichocos, a chocolate-filled popcorn snack.

Chocolate bars are also one of the latest trends in vending snacking. Nestlé is the leading company with brands like Kit Kat, Crunch, Milkybar and Lion. Besides their range of chocolate snacks for vending machines, they offer a complete assortment of products in different variants. Smarties, for example, is a leading brand in chocolate beans.

And, of course, Nestlé is also a leading company in innovation, launching many products every year. In 2009 only, they have launched Kit Kat Senses and Kit Kat Pop Choc.

HEALTHIER OPTIONS

Most of the Spanish companies are putting more focus on light products, i.e., 0% fat/low salt food. As a result, ranges of products have been reconfigured. In this segment, Nestlé is also leading the way. The Swiss firm launched this year a new line of No Sugar Added chocolate bars for individual use (25g).

But it does not only depend on consumers. The Law is also pushing hard in this field. The new Food Security National Law (still pending Parliament approval) is the most restrictive normative ever applied to snack vending in Spain. Among other measures, the Law will ban selling products high in fat, salt or sugar through vending machines or canteens located inside educational centers.

With consumer demands to meet, and new regulations being passed all over Europe, snacks producers are forced to be more innovative than ever, each time a new product is launched. A good example of innovation is the Italian company Bag Snacks and their Italo's range of light potato snacks. "Italo's are light potato snacks that have been created right for school vending machines. They are unique because of their reduced fat content: 8% fats instead of 30% in similar snacks," explains Roberta Girolimetto from Bag Snacks.

CEREAL BARS

The cereal bars snacks sector is divided in four categories (Source: IRI PII 2009): 33% Diet, 27% Muesli, 24% Kids and 16% Fiber. Cereal bars are successful because they have won new consumer profiles and even people that were not used to eat cereals at any time, like during breakfast. In fact, only 35% of all the Spanish households that buy cereals eat cereal bar snacks too. However, currently one out of every three Spanish households buy these products.

Kellogg is the leading company in the Spanish cereal snack market, with a market share of nearly 47% (Source: IRI PII 2009). Their growth numbers show a 6% increase in value and a 10% increase in volume vs. YTD 08. Kello-

gg firstly entered the healthy snacks area eight years ago, applying their know-how in cereal-based products to create a wide assortment of healthy snacks that brings consumers all the benefits of cereals.

FLAVOUR IS THE KEY

With all this being said, it is necessary to underline that flavour – as snacks are bought for convenience – is still the most crucial factor to get consumers' attention. In relation to this, it is quite significant that light/no salt chips sales in the mass retail channel dropped by 2.3% last year (52 first weeks until July 2008). Their 6.9% market share in 2007 turned into 2008's 5.9%.

In sales terms, the nutritional benefits of a product are an increasingly important added-value. But then again, an appealing flavour is still the most efficient way to sell a snack. Proven efficiency.





Creative Food & Beverage Solutions

Nestlé Professional, experts in beverage solutions

# Nestlé Professional, especialistas en soluciones de bebidas

Desde hace años, NESTLE PROFESSIONAL ofrece soluciones basadas en el conocimiento y entendimiento de las tendencias del consumidor, la nutrición, la salud y el bienestar, así como el acceso a las innovaciones más vanguardistas en materia de ciencia y tecnología. La calidad y la seguridad alimentaria implícitas en todas las soluciones de NESTLE PROFESSIONAL garantizarán la calidad permanente de la bebida final y, a su vez, la preferencia, la confianza y la fidelidad del consumidor.

Y es que, siguiendo la máxima del economista estadounidense, Peter Drucker (1909-2005), "la calidad de un producto o de un servicio no es lo que un proveedor suministra sino lo que el cliente percibe y lo que está dispuesto a pagar por él".

## EL PTC

En su centro de investigación y desarrollo en Orbe (Suiza), el PTC (Product Technology Center), trabajan más de 500 empleados. El objetivo principal del centro, con más de 50 años de experiencia (fue creado en 1959), es garantizar la calidad final del café en la taza. Los investigadores de Orbe han, por ejemplo, inventado la cápsula Nespresso.

De esta manera, el éxito de la fórmula de Nestlé se basa en proporcionar a los consumidores soluciones adaptadas a sus



necesidades: una bebida de gran calidad con unas propiedades sensoriales excelentes en cuanto a sabor, aroma, aspecto y, sobre todo, garantizar en todo momento la seguridad alimentaria.

NESTLE PROFESSIONAL facilita la adecuada documentación de estos procedimientos al operador para garantizar el cumplimiento de los requisitos legales para cualquier industria alimentaria. De esta forma, el cliente obtiene una solución integral, un producto de alta calidad y un equipo identificado con una marca respaldada por profesionales.

Since many years, NESTLE PROFESSIONAL have been offering solutions based on the knowledge and understanding of consumer trends, nutrition, health and wellness. And also achieving the most innovative approaches in science and technology. Food quality and security implied in all NESTLE PROFESSIONAL solutions are a full guarantee of top quality in all beverages produced. This, again, is a key

element for earning consumer fidelity and confidence. Because, following the principles of American writer Peter Drucker (1909-2005), "quality in a product or service is not what the supplier puts in. It is what the customer gets out and is willing to pay for."

## THE PTC

Over 500 employees work in the company's research and development center in Orbe (Switzerland), the PTC (Product Technology Center). The main goal of this center with a know-how of over 50 years (it was built in 1959) is to guarantee the maximum quality in every coffee cup. Among their approaches, researchers in Orbe are the inventors of the Nespresso coffee pod. In this way, we can explain the success of the Nestlé concept: to give consumers what they want, solutions that meet their needs, a high quality drink with excellent sensory properties regarding taste, aroma, appearance and, above all, which guarantees food safety at all times.

NESTLE PROFESSIONAL provides operators with the necessary documentation of the methods used in the production of their drinks to guarantee that they comply with the legal requirements in any food industry. In this way, the client obtains a compact solution, a high quality product and an equipment identified with a brand backed by vending professionals.

## Swine flu prevention products vended by pioneering Open

# Las expendedoras Open, pioneras en ofrecer productos para la Gripe A

Open Service es la primera empresa operadora de vending público que ha instalado en España máquinas dispensadoras de productos directamente relacionados con la salud y el cuidado personal.

Atendiendo a las campañas preventivas que están desarrollando todas las Instituciones Públicas, todos los puntos de vending Open dispensan mascarillas protectoras FFP2, gel antibacteriano y pañuelos desechables; todos ellos homologados para la protección y prevención de la pandemia de gripe A. Según informa la empresa, en sus primeros días la aceptación – especialmente en aquellos puntos de venta ubicados en centros educativos, hoteles y transporte público – ha sido excelente.

Open Service is the first outdoor vending operator in Spain that has installed machines exclusively selling health and personal care-related products.

In tune with the prevention campaigns launched by public institutions worldwide, all Open vending units offer FFP2 face masks, antibacterial gel and disposable tissues – all of them officially approved for prevention and protection against the swine flu pandemic.

Initial results after the installation of the machines has been highly positive – the company reports – especially in those machines located in education centers, hotels and public transport facilities.



# G-DRINK

## Drink Revolution

### Ecología e Innovación

perfecta fusión entre  
tecnología Sanden y  
producción Vendo

Innovador sistema de venta  
robotizado "CATCHER"

Bajo consumo en  
iluminación y grupo de frío



**Vendo**  
SANDEN

SandenVendo Iberia S.A.  
C/ Sant Ferrán, 92 | Polígono Industrial la Alameda | 08940 Cornellà (Barcelona)  
Spain | Tel.: +34 93 474 1555 | Fax: +34 93 474 1842  
infovs@sandenvendo.es | www.sandenvendo.es

ENADA - Roma

Vending had its own space at Italy's landmark entertainment show

## La feria capitolina dedicó un espacio especial al Vending

La 37ª edición de ENADA, la feria italiana de entretenimiento y juego por excelencia, que promueve SAPAR (la asociación nacional del sector) y organiza Rimini Fiera con el patrocinio de la AAMS (el correspondiente departamento gubernamental) se cerró el 9 de octubre en el palacio de exposiciones capitolino.

Más de 200 empresas ocuparon los 30.000 metros cuadrados de superficie que se dispusieron en las Salas 1 y 3 de Fiera di Roma. El evento fue un escaparate de novedades; en este entorno, la venta automática (especialmente el minivending) tuvieron una presencia especialmente destacada. La cobertura mediática del evento fue una vez más excelente. Al reconocido valor de la prensa especializada (entre ellos *HostelVending*), se le unieron medios de televisión y radio italianos. Según los datos aportados por la organización, la feria gozó de la asistencia de 13,371 visitantes profesionales, un 19% más que la edición de 2008.



The 37th edition of the SAPAR (Italy's national association for the coin-op world) ENADA Amusement & Gaming Machine Show, organized by Rimini Fiera with the sponsorship of the AAMS (Italian State Monopoly Administration) ended on 9 October at Fiera di Roma. Exhibiting in halls 1 and 3 of Fiera di Roma, 200 companies occupied a total of 30,000 square metres of expo space in the Rome venue. Stands featured new products from the most important companies, with the vending sector having a specially remarkable presence this edition. The expo also had excellent media coverage. As well as the constant valuable coverage by trade press, *HostelVending* among them, there were also national TV and radio broadcasters.

Organizers reported that the show was visited by 13,371 trade members, 19% more than in 2008.

## Gigantic Russia bets on vending and self-service



Self-Service Exhibition es la feria más importante de Rusia sobre máquinas expendedoras, kioscos, cajeros automáticos y todo el equipamiento necesario para cualquier tipo de máquina automática de auto-servicio. La feria rusa se convierte en un punto donde convergen profesionales y empresas de sectores como el vending, las terminales de servicio, la restauración y el catering, la hostelería, los fabricantes de software y hardware, etc.

Según encuestas llevadas a cabo por los organizadores del evento, una buena parte de los asistentes a la feria son profesionales de su sector con capacidad de decisión y maniobra comercial (49%), o bien profesionales con influencia directa en su empresa (39%). Además, la organización también destaca el alto porcentaje de fidelización de las empresas participantes en la feria, que año tras

## Rusia, un gigante que apuesta por el vending y el self-service

año repiten la experiencia.

El enorme recinto de ferias y congresos Crocus Expo de Moscú espera, por tanto, abrir sus puertas a este atractivo evento entre el 25 y 27 de noviembre.

The 4th Self-Service Exhibition opens its doors on November 25-27, 2009 in CrocusExpo, Moscow. SSE is the main event in Russian self-service industry representing all novelties and innovations of the whole self-service industry – from vending machines and self service kiosks up to software systems and processing services.

According to 2008 edition surveys by the organizers, a good slice of visitors are professional decision-makers with capacity for making trade operations (49%), or at least professionals with a direct influence in their company (39%). Furthermore, it has been reported that a considerable rate of previous exhibitors will repeat the experience once again and will take part in the show.

SELF-SERVICE EXHIBITION - Moscú

# EXPOVENDING - Batalha

Batalha offers a three-in-one vending and food trade show

## Batalha propone un tres en uno en vending y alimentación

ExpoSalão organiza, del 22 al 25 de enero de 2010, un evento triple que incluye la primera edición de Barhotel (salón profesional de maquinaria, equipamientos, mobiliario, productos y servicios para hostelería, restauración, alimentación, bebidas y vending), así como una nueva edición de Expovending y Expocarne.

El exitoso historial de Expovending – informa la organización – antecede las buenas sensaciones que desprende este evento, que se muestra como un lugar de encuentro excelente para fabricantes, importadores, exportadores y distribuidores de máquinas de venta automática; así como para empresas afines de accesorios o servicios. El lugar de celebración de la feria, el Centro de Exposiciones de Batalha (Portugal), con una superficie de exposición de 16.000 m<sup>2</sup>, se localiza en una región con una presencia y potencial turístico-hotelero en aumento. Esto, unido al carácter profesional del evento, hacen de la feria un lugar ideal para la ebullición de acuerdos comerciales.



ExpoSalão organizes, from January 22 to 25, 2010 a triple event that will see the first edition of Barhotel (machinery, equipment, furnishing, products and services for food, hospitality and catering services professionals), and a new edition of Expovending and Expocarne.

The successful record of Expovending, the organizers say, precedes the good feeling of this 2010 edition. The vending event in the Batalha show is an excellent meeting point for manufacturers, importers, exporters and distributors of automatic vending machines and related businesses – accessories, spare parts, services, etc.

The venue, the Centro de Exposições in Batalha (Portugal), offers professionals 16,000 sq. meters surface for exhibition. The region is also enjoying the flourishing tourism and hotel sector. For these reasons, and because the trade show is especially dedicated to professionals, it will be a perfect place to do trade relations.

el **magico** mundo de la **tecnología**

**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

stefanoerrefint.com

# El precio del CAFÉ SUBE en tono general; la producción se prevé MENOR para este año

EN OCTUBRE AUMENTARON LOS PRECIOS DEL CAFÉ, Y EL PROMEDIO MENSUAL DEL PRECIO INDICATIVO COMPUESTO DE LA OIC FUE DE 121,09 CENTAVOS DE DÓLAR EE UU POR LIBRA EN COMPARACIÓN CON 116,40 CENTAVOS EN SEPTIEMBRE. ESE AUMENTO SE REFIERE EN ESPECIAL A LOS ARÁBICAS, YA QUE LOS PRECIOS DE LOS ROBUSTAS DESCENDIERON LIGERAMENTE. LA DIFERENCIA ENTRE LOS SUAVES COLOMBIANOS Y LOS OTROS GRUPOS DE CAFÉ SE REDUJO EN ESTE PERÍODO.

La producción en el año de cosecha 2009/10, que ya ha comenzado en todos los países exportadores, podría estar por debajo de los 128,1 millones de sacos que se produjeron en el año de cosecha 2008/09. En Colombia, según las últimas cifras oficiales, la producción del año de cosecha 2008/09 fue de 8,7 millones de sacos. Las exportaciones efectuadas por todos los países exportadores en septiembre fueron de 6,9 millones de sacos, lo que sitúa el total acumulado en el año cafetero 2008/09



(octubre 2008 – septiembre 2009) en 97,6 millones de sacos, frente a 96,1 millones de sacos en el año cafetero 2007/08.

## EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS

El gráfico nos muestra la evolución del precio indicativo compuesto diario de la OIC a partir del 1 de octubre de 2008.

En los precios del grupo de los Robustas se observó un ligero descenso en octubre, mientras que en los precios de los otros tres grupos se registraron aumentos. El aumento fue menos marcado en los Suaves Colombianos que en los grupos de los Otros Suaves y de los Arábicas Naturales brasileños y Otros Arábicas Naturales.

## CONSUMO

El consumo mundial en estos últimos años ha sido sistemáticamente optimista. Se calcula que el volumen total de consumo en el año civil 2008 fue de 130 millones de sacos. El crecimiento del consumo mundial es atribuible en gran parte al aumento del consumo interno en los países exportadores y a la creciente demanda en los mercados emergentes. El consumo en la Unión

Europea parece haberse estancado en estos últimos años y representó sólo el 31,3% del consumo mundial en 2008, en comparación con el 27,6% que representa el consumo interno en los países exportadores.

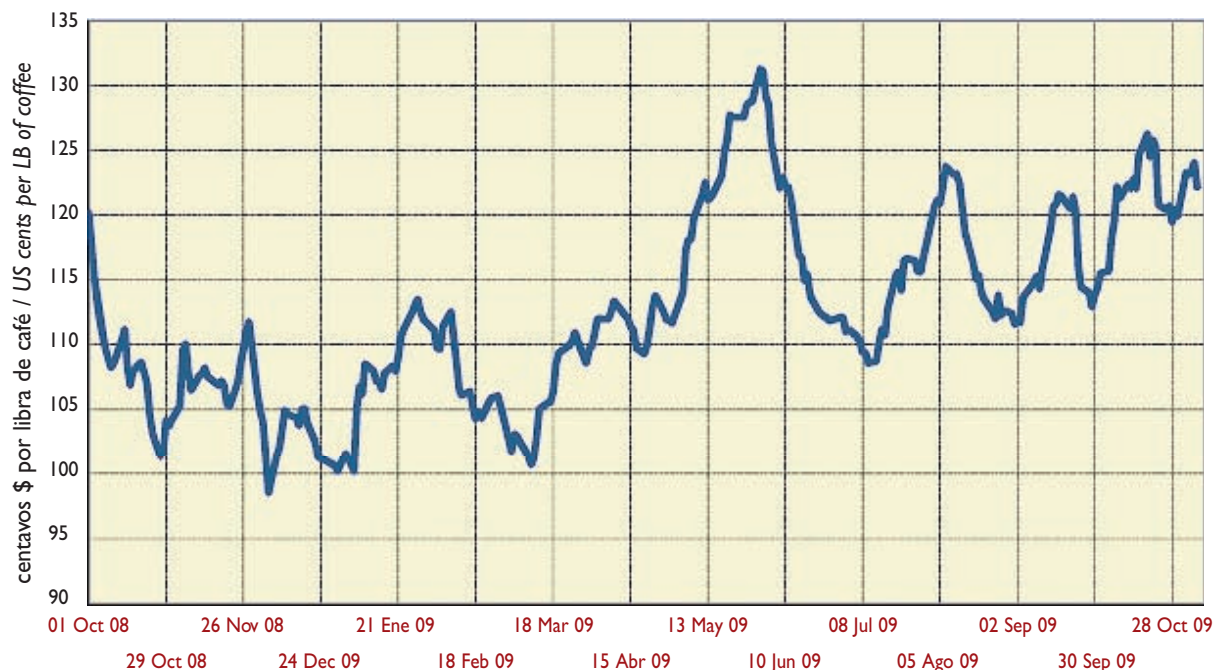
## CONCLUSIONES

Cabe señalar que los factores fundamentales del mercado siguen estando a favor de que los precios se mantengan firmes, dado el intenso consumo que hace posible mantener un equilibrio entre la oferta y la demanda. Los niveles de existencias iniciales en los países exportadores para el año de cosecha 2009/10 permanecen bajos y se esperan descensos de la producción en el Brasil y otros importantes países productores en los que la calidad de la cosecha de café podría verse afectada por malas condiciones atmosféricas. Si se confirman esos descensos de la producción, habrá una reducción de las exportaciones en el año cafetero 2009/10.

FUENTE: Néstor Osorio, Director Ejecutivo de la Organización Internacional del Café

## INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION REPORT

Precio indicativo compuesto diario / *Daily Composite Indicator Price*  
**Medias mensuales / Monthly Average (1 Oct. 2008 - 6 Nov. 2009)**



### GENERAL RISE IN COFFEE PRICES; LOWER PRODUCTION PREDICTED FOR THIS YEAR

COFFEE PRICES ROSE DURING OCTOBER WITH THE MONTHLY AVERAGE OF THE ICO COMPOSITE INDICATOR PRICE AT 121.09 US CENTS PER LB COMPARED TO 116.40 US CENTS PER LB IN SEPTEMBER. THIS INCREASE RELATES PARTICU-

LARLY TO ARABICAS, WHEREAS ROBUSTA PRICES WERE SLIGHTLY DOWN. THE DIFFERENCE BETWEEN COLOMBIAN MILDS AND THE OTHER GROUPS OF COFFEE NARROWED DURING THIS PERIOD.

Production in crop year 2009/10, which has begun in all exporting countries, could be below the level of 128.1 million bags recorded in crop year 2008/09. In Colombia, the latest official figures indicate that production for crop year 2008/09 was 8.7 million bags. Exports by all exporting countries during September totalled 6.9 million bags, bringing the cumulative total for coffee year 2008/09 (October 2008 – September 2009) to 97.6 million bags compared to 96.1 million bags in coffee year 2007/08.

#### COFFEE PRICES

The monthly average of the ICO composite indicator price was 121.09 US cents per lb in October compared to 116.40 US cents per lb in September, an increase of 4%. Despite a downturn during the last week of October, the behaviour of prices during the first week of November indicates a certain firmness. The graph shows

changes in the ICO daily composite indicator price since 1 October 2008. Prices for the Robustas group recorded a slight fall in October while prices for the other three groups recorded increases. The increase was less marked in the case of Colombian Milds than for the Other Milds and Brazilian Naturals groups. As a consequence, the difference between Colombian Milds and the other groups of Arabica coffee narrowed further.

#### CONSUMPTION

World consumption in recent years has been consistently buoyant. The total volume of consumption in calendar year 2008 is estimated at 130 million bags. The growth in world consumption is largely attributable to increased domestic consumption in exporting countries and the growing demand in emerging markets. Consumption in the European Union seems to have

stagnated over the last few years, accounting for only 31.3% of world consumption in 2008 compared to 27.6% for domestic consumption in exporting countries.

#### CONCLUSION

In conclusion, it should be noted that market fundamentals continue to favour firm prices given the buoyant consumption that makes it possible to maintain a balance between supply and demand. Levels of opening stocks in exporting countries for crop year 2009/10 remain low while production falls are expected in Brazil and other important producing countries where the quality of the coffee crop may be affected by bad weather conditions. If these falls in production are confirmed, exports will be reduced in coffee year 2009/10.

SOURCE: Néstor Osorio, Executive Director - International Coffee Organization

# LICITACIÓN PÚBLICA DE VENDING

⇒ Más de 400 plazas de vending a concurso en dos nuevos hospitales en Murcia



El Gobierno de Murcia, a través de su Gestora de Infraestructuras Sanitarias (GISCARMSA) ha puesto en licitación más de 400 plazas de vending a cubrir en dos hospitales de nueva creación: el Hospital de Cartagena y el Hospital del Mar Menor.

En dos licitaciones separadas, se busca cubrir la prestación del servicio de restauración, cafetería y operadora de máquinas de vending en ambos hospitales.

En lo que se refiere al Hospital de Cartagena, el presupuesto de licitación es de algo más de 15 millones de euros, mientras que para el Hospital del Mar Menor este presupuesto se eleva a poco más de 5 millones de euros.

Las empresas interesadas tienen hasta el 14 de enero de 2010 para presentar sus ofertas en cualquiera de los dos concursos.

## CONDICIONES

Las máquinas deberán ser nuevas, de medidas, aspecto exterior, emisión de nivel de ruidos mínima y eficiencia energética similares para formar bloques homogéneos. La propiedad de las mismas podrá ser de terceros con los que el Contratista haya convenido su aportación si bien el contratista deberá llevar a cabo de forma directa la gestión, el aprovisionamiento y explotación de las mismas.

La cuota fija anual mínima por cada máquina y período de 12 meses ofertada por el licitador nunca podrá ser inferior de 1.500 euros para 2010, 1.700 euros para 2011, 2.000 euros para 2012 y 2.300 euros para 2013.

El resto de condiciones técnicas, económicas y de publicidad se describe en [HostelVending.com](http://HostelVending.com).

⇒ Open tender for vending services (400 machines) in two new hospitals in Murcia

The regional Government of Murcia, through GISCARMA (the health institution managing the project) has called for open tender regarding the vending services (400 vending machines) in two recently built hospitals: Hospital de Cartagena and Hospital del Mar Menor.

These are two unconnected tenders, but both offer companies to cover catering, cafeteria and vending machines services for the two hospitals.

Budget described in the Hospital de Cartagena tender is "over 15 million euros," while the Hospital del Mar Menor budget totals slightly over 5 million euros. Bids and projects for any of the two tenders will be accepted until January 14, 2010.

## TERMS AND CONDITIONS

All vending machines must be new, with similar dimensions, external design, energy-saving and sound-proof levels – in order to preserve homogeneity. The machines can be owned by third parties under a partnership agreement with the contractor. However, the latter will be in

charge of the managerial, restocking and exploitation operations.

The minimum annual standing charge per vending machine offered by the bidder will not be less than 1,500 euros for 2010, 1,700 euros for 2011, 2,000 euros for 2012 and 2,300 euros for 2013. The rest of technical, economic and advertising conditions are described in the official documents. Find all the information about this tender at [HostelVending.com](http://HostelVending.com).

⇒ Concurso de servicio vending y cafetería para la Comisión Europea

El Diario Oficial de la Unión Europea publicó el pasado sábado 7 de noviembre un anuncio de licitación por el que el Centro Común de Investigación de la Comisión Europea (Bélgica) desea contratar un servicio de restaurante y cafetería (lote 1) y la instalación de máquinas expendedoras de bebidas frías y calientes (lote 2).

Las ofertas pueden presentarse para uno o varios lotes, y deberán hacerse antes del 8 de enero de 2010. El coste del lote de cafetería está valorado entre los 1.200.000 y 1.400.000 euros. Por su parte, el lote de máquinas de vending exige cinco máquinas de bebidas calientes y cinco frías, valorado entre 40.000 y 50.000 euros; la Comisión avisa que no rendirá gastos al contratista del lote 2. El IVA está excluido en ambos lotes.

Las propuestas se pueden enviar en cualquier idioma de la Unión. Toda la información sobre este concurso en [HostelVending.com](http://HostelVending.com).

⇒ European Commission calls for tender requiring vending and catering services

The Joint Research Centre, an integral part of the European Commission,

has called for tender to cover its catering and restaurant services (lot 1) and cold & hot drinks vending machines needs (lot 2) – the Official Bulletin of the European Union published.

Bidders can apply for one or both lots, before January 8, 2010. The catering and restaurant contract costs total 1.2 to 1.4 million euros. The second lot concerning the vending machine service requires 5 hot drinks dispensers and 5 cold drinks dispensers, priced 40,000 to 50,000 euros. VAT is not included in any of the lots. The EC points out that it will not render expenses to the lot 2 contractor.

Proposals can be delivered in any EU language. Find all the information about this tender at [HostelVending.com](http://HostelVending.com).

⇒ El Ayuntamiento de Portsmouth (Inglaterra) anuncia concurso abierto

Tal y como publica el Boletín Oficial de la Unión Europea, el Ayuntamiento de la ciudad inglesa de Portsmouth oferta en concurso abierto un contrato para cubrir el servicio completo de catering (máquinas expendedoras incluidas), para una nueva terminal del puerto marítimo de esta ciudad costera. El Portsmouth Continental Ferry Port abrirá esta nueva terminal en la primavera de 2011. El contrato entraría, pues, en efecto el 1 de abril del 2011. Además, la duración del contrato es de nueve años.

Cualquier empresa de la Unión Europea puede participar en esta licitación, enviando la correspondiente solicitud (en inglés) antes del próximo 21 de diciembre. Toda la información sobre este concurso en [HostelVending.com](http://HostelVending.com).

⇒ Portsmouth City Council (England) calls for open tender

An open tender offering a contract to cover full catering services (including

vending machines) in the British town of Portsmouth has been published in the Official Bulletin of the European Union. A new sea harbour terminal is being built in the Continental Ferry Port (expected to open by spring of 2011) and the City Council has offered a contract for this purpose. The contract would thus be effective from April 2011 and for the following nine years.

Any proposal by European Union companies is welcomed (although written in English language) before December 21. Find all the information about this tender at [HostelVending.com](http://HostelVending.com).

⇒ Licitación pública para nuevas terminales de tickets en Metro de Madrid

La Comunidad Autónoma de Madrid ha hecho público una licitación pública para la adjudicación de un contrato de

nuevo

Nestlé

KitKat

Senses

la pausa perfecta

Nestlé  
PROFESSIONAL  
Creative Food & Beverage Solutions

www.nestleprofessional.es

suministro e instalación de máquinas automáticas para la expedición de tickets de metro. Las máquinas nutrirán las terminales de la prolongación de la Línea 11 de Metro de Madrid al Barrio de la Fortuna.

El presupuesto base de esta licitación es de 371.904 euros (IVA incluido), exigiéndose una garantía provisional de 9.618 euros a aquellos operadores que presenten ofertas. La garantía definitiva para el adjudicatario será del 5% del precio final de licitación.

La fecha límite para la presentación de ofertas (en la dependencia del organismo regional MINTRA, Madrid Infraestructuras del Transporte) será el 21 de diciembre.

La fecha límite para la obtención de información es el 14 de diciembre.

### ⇒ Public tender for new ticket kiosks in Metro Madrid

The regional Government of Madrid has called for public tender to award a contract for the provision and installation of automatic ticket dispensing machines in the metro network of Madrid. The machines will be installed in stations belonging to the Line 11 extension to "Barrio de la Fortuna."

The initial budget amounts 371,904 euros (VAT included), with a provisory guarantee clause of 9,618 euros requested to any proposal. Final guarantee for the successful bidder will be a 5% share of the final price of the tender.

Deadline for delivering any proposal to the MINTRA facilities (the institution dealing with regional transport issues in Madrid) is December 21.

### ⇒ Adjudicados servicios de vending en Móstoles (Hospital), La Mancha y Murcia

El Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid publicó el lunes 2 de noviembre la resolución por la que se ha adjudicado el servicio de cafetería y restaurante, así como la explotación de máquinas expendedoras de alimentos para el Hospital Universitario de Móstoles y Centro de Espe-

cialidades "Coronel de Palma". La empresa adjudicataria ha sido Albie, S.A., por un valor de 345.535 euros.

#### LA MANCHA

Según comunicado oficial del Director General de Gestión Económica e Infraestructuras de Castilla La-Mancha, se ha adjudicado el servicio de explotación de cafeterías y comedores de personal y público y de máquinas expendedoras de bebidas y sólidos de la nueva sede del Sescam (Servicio de Salud de Castilla-La Mancha) a la empresa Clece S.A.

El importe del contrato asciende a un canon anual total de 657 Euros, sólo por el servicio de vending.

#### MURCIA

Por otra parte, se publicó en el Boletín Oficial de la Región de Murcia el anuncio de adjudicación de otro servicio de iguales características, en esta ocasión para el hospital Virgen del Castillo de Yecla. El valor estimado del contrato, sólo para el servicio de vending, asciende a 1.250 Euros. La empresa agraciada a sido Comertel S.A.

### ⇒ Vending contracts awarded in Mostoles (Hospital), La Mancha and Murcia

The contract for cafeteria, restaurant and food vending machine services in the University Hospital of Mostoles and the Primary Care Centre Coronel de Palma has been awarded – as published in the Official Bulletin of the Autonomous Region of Madrid last November 2. The successful bidder is Albie S.A., who has been awarded a €345,535 contract.

#### LA MANCHA

On to the central Spanish region of La Mancha, the relevant institution for Economic and Urban issues in the area awarded the contract for the cafeteria, canteen and beverages & food vending machine services in the new Health Care administrative facilities to Clece S.A. The total annual amount for the vending exploitation is 657 euros.

#### MURCIA

To end with, a similar contract to that in La Mancha was awarded in Murcia – the Official Regional Bulletin published. The

contract for vending services in the Virgen del Castillo Hospital in Yecla amounted 1,250 euros. Comertel S.A. was the winning bidder.

### ⇒ Anuncio de licitación pública de vending por procedimiento abierto en Italia

El Diario Oficial de la Unión Europea ha publicado un concurso público por procedimiento abierto "para el servicio de máquinas expendedoras de bebidas y alimentos para Laziodisu (Italia), mediante la instalación de 30 dispensadores de bebidas calientes y frías y snacks en los espacios de propiedad de la Oficina Territorial Laziodisu La Sapienza y Tor Vergata". Las condiciones incluyen un depósito de seguridad reembolsable de 5.000 euros temporal y permanente por una cuota anual ofrecido por la empresa adjudicataria del contrato. La duración del contrato es de 72 meses.

El plazo de recepción de solicitudes expira el viernes 4 de diciembre de 2009. Toda solicitud remitida debe estar escrita en italiano. La empresa adjudicataria y, a la que se puede pedir la documentación o información pertinentes es Laziodisu; toda la información sobre este concurso la encontrará en HostelVending.com.

### ⇒ Public tender called in Italy for all EU companies

An open tender to provide 30 food, beverages and snacks vending machines for facilities belonging to the Regional Laziodisu Office of La Sapienza and Tor Vergata (Italy) was published in the EU Official Bulletin. Contract terms and conditions include a temporary refundable guarantee deposit of 5,000 euros, as well as a permanent annual fee for the successful bidder. Contract duration is 72 months.

Proposals must be written in Italian language and delivered before December 4. The hiring company to request information and the relevant specifications documents is Laziodisu. You can find all the information about this tender at HostelVending.com.

## The most important vending machine event in the Basque Country ends eighth edition

# Termina la “semana grande” del vending de Euskadi

Este pasado jueves 22 de octubre se produjo el VIII Encuentro de Profesionales del Vending de Euskadi, organizado por la Asociación de Profesionales del Vending de Euskadi (EVE), con la asistencia de 60 profesionales. El evento dió comienzo a las 20:00 horas en el Hotel Londres de Donostia, con la presentación del Plan de Formación del Vending a cargo de Mariano Iriarte de Incess – IMH; seguidamente, Iñaki Azkoaga de Verbax presentó el Boletín Electrónico de la Sociedad.

Las jornadas, cuya intención es la de servir como foro de comunicación del sector en Euskadi, tuvieron por tanto un nuevo formato en esta 8ª edición, acorde con la austeridad presupuestaria del sector por el actual clima económico.

La junta se comprometió a analizar dentro del plan de formación un apartado de producto y formación online. Por otra parte, se valorará la necesidad de relacionarse con las instrucciones mejorando la imagen y formación del sector del vending.

### CURSO DE FORMACIÓN

El proyecto de formación de profesionales de “vending” fue el plato fuerte presentado en el EVE.

Para Carlos Abad se trata de un proyecto que refuerza el sector al permitir que las empresas operadoras ofrezcan un mejor servicio mediante la contratación de personal más cualificado. La asociación vasca ha creado para ello un sello de calidad que distingue a sus miembros y ha puesto en marcha cinco cursos diferentes: grupos de frío, gestión del mantenimiento, técnicas de gestión comercial, formación financiera y optimización del negocio.



The 8th Vending Professionals Meeting of Euskadi was held last October 22 by the regional association of the sector (EVE) – attendance numbers accounting 60 professionals. Starting at 8 p.m. at the Londres Hotel in Donostia, visitors were delighted by the presentation of the Vending Training and Education Plan by Mariano Iriarte from Incess. Thereafter, it was the turn of Iñaki Azkoaga from Verbax to present the firm’s E-Bulletin.

This event has since always been used as a round table for communication between business colleagues in the Euskadi region. For the first time after 8 editions, the Meeting changed its organization, having the current harsh economical situation in the industry.

The association’s board will undertake the possible addition of a special section for products and online training in the Plan. Likewise, special stress will be done on how to improve communication between professionals and the association.

### VENDING TRAINING COURSE

The vending training course was the main attraction of the event organized by the EVE. Its president Carlos Abad considers that the project will strengthen the sector, with vending firms offering better service thanks to a much-qualified staff. The Basque association has thus created a quality label to single out its members. Besides, five different training courses are en route: cold products machines, management, sales techniques, financial advisory and business optimization.

## Machine to machine connection to save us 4,000 million euros

# Las comunicaciones móviles entre máquinas nos ahorrarán 4.000 millones de euros

Según un estudio presentado por Vodafone y Accenture, las comunicaciones móviles (de llegar a los 98 millones de líneas) podrían reducir 10,6 millones de toneladas las emisiones de CO2 en España para el 2020, además de ahorrar 4.000 millones de euros en gasto energético.

El 87% de las 50 millones de líneas móviles existentes en España se utilizan para la transmisión de datos de una máquina a otra (M2M), siendo el ejemplo más comúnmente utilizado el de las expendedoras de vending.

According to a study by Vodafone and Accenture, mobile communications (if they were to reach 98 million lines) may reduce 10.6 million tons of CO2 emissions in Spain by 2020, as well as saving 4,000 million euros by reducing energy consumption.

Currently, there are 50 million mobile phone lines in Spain. 87% out of them are used for Machine-to-Machine (M2M) data transmissions – the most illustrative example being M2M in vending machines.



## New law to ban snacks and confectionery out of schools is passed to Spanish Congress

# Remitida al Congreso la nueva ley que pretende vetar los snacks y la bollería de los colegios

El Ministerio de Sanidad remitió el 19 de noviembre al Congreso el borrador de la nueva Ley de Seguridad Alimentaria. La normativa pretende ser una herramienta para luchar contra la obesidad infantil, y por ello, además de retirar de las bandejas de las máquinas una serie de productos considerados “no nutricionales”, incluye otras disposiciones como la prohibición de entregar regalos con el producto o censurar “la aportación de testimonios profesionales, sanitarios, de personas famosas o conocidas por el público o de pacientes reales o supuestos, como medio de inducción al consumo”.

### DEBATE EN EL SECTOR

*Hostel Vending* se puso en contacto con el gabinete de prensa de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria, desde donde se prefirió no realizar declaraciones mientras que la ley no aparezca claramente definida, puesto que “se trata aún de un anteproyecto de ley, que puede experimentar muchos cambios en el proceso hasta su aprobación”.

El artículo que más influencia tendrá en el sector del vending es el 41.5 que, de momento, dice lo siguiente: “No se permitirá la venta de alimentos con un alto contenido en ácidos grasos saturados, ácidos grasos trans, sal y azúcares sencillos, ya sea mediante máquinas expendedoras o en cantinas, bares o locales similares situados en el interior de los centros escolares”.



Operadores consultados por *Hostel Vending* señalaron que la medida puede carecer de eficacia, y que beneficia a un segmento del comercio minorista en detrimento de otro, en base a la ubicación del punto de venta.

On December 19, the Spanish Ministry of Health presented the bill of the new Law on Food Security to the Parliament. The regulation is intended to fight child obesity at schools, not only cutting the stock of the so-considered “non nutritional” products. Gifts enclosed in the product package will no longer be legal, and so using “health or business professionals, famous people, and real or false patients for advertising matters”.

### UNDER DISCUSSION

*Hostel Vending* contacted the press office of the Spanish Agency for Food Security, but no comments were stated. Representatives of the institution argued that they will wait for the bill to be clearly defined, since “many changes can still be made until it is passed.” The most controversial article for the vending sector, 41.5, reads: “Products with high levels of saturated fatty acids, trans fatty acids, salt and sugar will not be allowed to be sold in vending machines, cafeterias, canteens or similar services inside school centers.” Vending operators consulted by *Hostel Vending* pointed out the possible inefficiency of the law, and that it is detrimental to part of the small businesses depending on where they are located.



La Asociación de Autónomos de Aragón (UPTA) ha presentado una propuesta para que los locales de venta de prensa que no son específicamente kioscos puedan instalar máquinas expendedoras de tabaco. La propuesta, que viene encuadrada en un paquete de enmiendas al Proyecto de la Ley Ómnibus – que pretende adoptar la Directiva comunitaria de Servicios, modificando hasta 47 leyes estatales de diferentes áreas – tiene como base legal superar la norma-

## Amendment to national law would allow press vendors to install tobacco machines

# Enmienda a ley estatal para que los vendedores de prensa puedan instalar máquinas de tabaco

tiva del año 72 que todavía está en vigor y que afecta a los vendedores de prensa. De este modo, se pretende que su actividad venga regulada en el marco de libertad de servicios y mercado.

Junto a la posibilidad de instalar expendedoras de tabaco, la UPTA también propone que los vendedores de prensa puedan adquirir el producto del tabaco directamente de las empresas tabaqueras, sin que sea obligatorio recurrir a los estancos.

The Association for the Self-Employed in the region of Aragon (UPTA) issued a

proposal asking that press establishments that are not specifically kiosks should be allowed to install tobacco vending machines. This proposal is included in a series of amendments to the so-called Omnibus bill (which will alter up to 47 national laws of different nature) and is legally based on the 1972 law on press vendors – still effective nowadays. Legal consideration in the free services and market framework is the goal for press vendors' activity. Equally, the UPTA also asked that press vendors shall be able to buy tobacco right from the manufacturer, and not from a retailer.

## NUEVO CIERRE DE SEGURIDAD PARA VEHÍCULOS



**MÁS FÁCIL DE INSTALAR:** en tan solo en 30 minutos - Para puerta lateral y puerta trasera  
**CIERRE UNIVERSAL:** para todos los modelos - Amaestrados a la misma llave - El bulón de cierre queda oculto  
**TAMBIÉN DISPONEMOS DE CAJAS DE RECAUDACIÓN**



Indulocks cerraduras industriales - Avda. de Castilla, 42 - Nave 29  
 San Fernando de Henares - 28830 Madrid - Tfno.: 91 677 51 49 - mail: comercial@indulocks.com

## The future of vending is here, with Sara Lee's latest prototype

# Un prototipo del grupo Sara Lee traslada el vending al futuro

Douwe Egberts Coffee Systems, una división del grupo Sara Lee, ha presentado un nuevo concepto de máquina de café: BeMoved. Se trata de la primera máquina de café sobre la que se puede operar únicamente a través del movimiento, sin que los usuarios entren en contacto con ella.

Aún un proyecto, BeMoved ha sido creada con la intención de ser una fuente de inspiración para las innovaciones globales futuras en el sector del café. Se basa en la idea de que al consumidor contemporáneo disfruta interactuando con productos en un nivel más personal y busca nuevas experiencias en el café.

La máquina funciona a través de una gran pantalla táctil, o al activar una cámara sensorial de movimiento. Los usuarios pueden escoger entre una selección de atractivos menús, como el "drag-and-drop" (arrastra los ingredientes a tu vaso), "explore" (donde se puede ver el café de uno en un árbol "viviente"), "picture it" (para programar la máquina con las preferencias del usuario), y un juego interactivo en el que hay que saltar para conseguir tu café.



su proveedor de **café** en internet, low cost

**Compre como pequeño cliente a precio de GRAN CLIENTE**

**MEX CAFE** Somos una empresa con una **AMPLIA Y DILATADA EXPERIENCIA EN EL SECTOR.**

**MEX CAFE** **MEJORA DE LA MEZCLA.**  
 Analizamos e evaluamos constantemente nuevas mezclas para mejorar nuestro producto. Nos apasiona el café y queremos que sus clientes también se apasionen.

**MEX CAFE** **BÚSQUEDA DE NUEVAS LÍNEAS.**  
 Trabajamos e investigamos en como poder aplicar el mismo concepto a todos los productos que usted compra.

**MEX CAFE** **MEJORAS EN LA PRODUCCIÓN.**  
 Buscamos e invertimos para poder fabricar el producto más rápida y eficazmente.

[www.techmexcafe.com](http://www.techmexcafe.com) - teléfono: 91 277 54 02

Igualmente, los usuarios pueden echarle un vistazo a las últimas noticias de actualidad o a la previsión del tiempo, puesto que la máquina está conectada a Internet.

Douwe Egberts Coffee Systems, a Sara Lee subsidiary, presents a new concept of coffee machine: BeMoved. It is the first of its kind that can be operated by movement alone, with no need of clients to touch it.

Still a project, BeMoved has been designed to inspire the future global innovations in the coffee sector. The concept is that modern customers would like to be able to interact with products on a more personal level and enjoy more varied experiences with coffee.

The machine can be operated by means of a large touch screen, or by activating a motion sensitive camera. Users can choose from a selection of eye-catching interfaces, such as "drag-and-drop" (drag the ingredients into the cup), "explore" (discover your coffee in the "living" tree), "picture it" (the machine has been programmed with the user's preferences), and a "shoot-em-up-game" (you "earn" your coffee by jumping). In addition there is a selection of different types of flavourings, including hazelnut and caramel. Finally, users can check weather forecasts or the most recent news, as the machine can be connected to the Internet.

Spanish consumers  
drink 33% more coffee in  
working days

## Los españoles consumen un 33% más de café los días laborales

El 63% de los españoles mayores de 15 años, alrededor de 22 millones de personas, declara que toma al menos un café diario, según el Informe Café & Té: Hábitos de Consumo de Café en España, y del que se hace eco Fira Barcelona en su estudio sobre el sector de la Hostelería, la Restauración y Colectividades de 2008.

El informe especifica que el consumidor habitual de café en España consume un promedio de 3,6 cafés al día entre semana y 2,7 cafés el fin de semana. La diferencia puede venir del incremento del consumo de café en el lugar de trabajo; una gran parte de estos cafés provienen de las máquinas de vending.

El dato viene reforzado al establecer el estudio que el 99% de los consumidores de café lo toma todos los días entre semana, mientras que en el fin de semana lo hace el 89%.

63% of >15 year-old Spaniards (around 22 million people) say they take at least one cup of coffee every day – the “Café & Té: Hábitos de Consumo de Café en España” (Coffee & Tea: Consumption habits in Spain) report on catering services by Fira Barcelona says.

The report also points out that average coffee consumers in Spain take 3.6 coffee cups from Monday to Friday every day, while weekends show an average daily consumption of 2.7 cups. This may be a consequence of the increasing consumption in offices – vending machines being a significant source.

This is backed up by the study, which says that 99% of coffee consumers take a cup every day, while 89% of those asked do it during the weekend.

## Ticket dispensers for the Spanish lottery “ONCE” may be installed in gas stations and bars

## Se estudia instalar expendedoras de cupones en bares y gasolineras

La Organización Nacional de Ciegos de España (ONCE) planea introducir las máquinas expendedoras de cupones en los establecimientos hosteleros y en las gasolineras, según se extrae del último convenio colectivo que la institución firmó recientemente.

La operación se prevé que comience el año que viene, y solamente se venderán productos como el “7-35” y el “Rasca y gana”; es decir, la introducción de los boletos para el sorteo más popular de la ONCE no llegarán al vending por el momento.

Las nuevas medidas contractuales traerían consigo también un posible recorte en el número de quioscos de cupones, cercano al 50%.

The Spanish National Organization for the Blind (ONCE) is planning to install automatic vending machines to sell its lottery tickets in bar businesses and gas stations – a recently signed collective agreement establishes.

The first dispensers may be installed by early 2010. The machines will only sell secondary lotteries such as “7-35” and “Rasca y gana,” while ONCE’s most popular lottery tickets will not be sold by now.

The ONCE collective agreement will also undertake other measures, including a reduction of nearly 50% of ticket kiosks, and a 30% cut in salaries of ticket sellers.

## Global consumption of energy drinks keeps a slow but steady progression

# El consumo mundial de bebidas energéticas mantiene su lenta pero firme progresión

Según se desprende del último informe elaborado por la agencia Zenith International, el volumen de consumo de bebidas energéticas aumentó en 2008 un 2%, hasta alcanzar los 3.900 millones de litros; esta cifra supone casi el doble del volumen de litros vendidos hace apenas un lustro, ya que en el 2003 se vendieron 2.000 millones. Así, Zenith destaca que el crecimiento medio de este tipo de bebidas durante los últimos cinco años ha sido del 14% anual.

Hay que destacar dos fenómenos: primero, el aumento de su consumo en Europa del Este en los últimos años, alcanzando ya un 6% de la cuota mundial; segundo, las cifras globales podrían haber sido incluso mejores de no haber sido por el efecto negativo que ha tenido el descenso en el consumo en Asia Pacífico (un 18% menos,

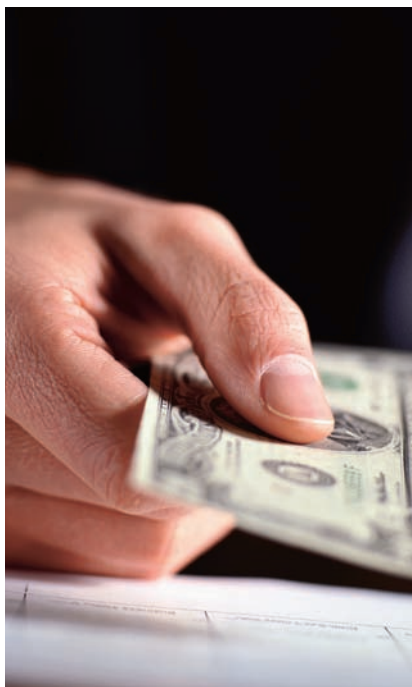
la única zona que descendió su consumo en 2008), principalmente por la crisis en Tailandia, segundo consumidor mundial tras EEUU.

According to the latest report by Zenith International, energy drinks consumption figures showed a 2% increase during 2008, to reach 3,900 million liters. This means that the volume of liters sold has almost doubled after 5 years, since 2,000 million liters were sold in 2003. Zenith underlines that the average annual increase during this period reached 14%.

Two trends are especially remarkable: firstly, consumption figures in Eastern Europe have been boosted in recent years to a 6% global share. Secondly, global figures could have been even more positive, if con-



sumption in Asia Pacific had not decreased by -18% (the only world region with negative results in 2008), mainly due to the Thailand crisis (second world consumer after the US).



El presidente del Instituto de Crédito Oficial (ICO), José María Ayala, anunció que el organismo estudia nuevos canales de distri-

## Vending companies may benefit from new lines of credit

# Las empresas de vending podrían disfrutar de nuevas líneas de crédito

bución del crédito que se sumen a los que actualmente proporcionan los bancos y las cajas de ahorros.

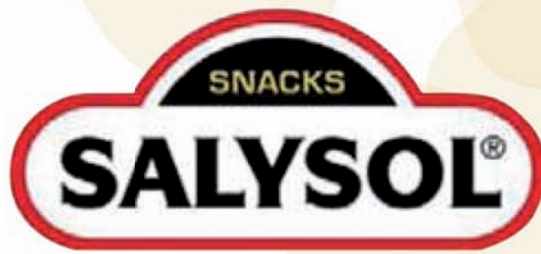
Ayala desechó de plano la posibilidad de que el ICO abra oficinas para canalizar sus propias líneas de crédito, por tratarse de una solución que no resultaría operativa "en un tiempo razonable" para contribuir a que se agilice el flujo de crédito. En esta línea, no descartó Internet como canal alternativo, aunque tampoco se apostará primordialmente por esta vía.

Por otra parte, también se anunció que se revisarán las líneas de crédito para hacerlas más sencillas para los usuarios, y más fáciles de tramitar para las entidades.

President of the Spanish Credit Official Institute (ICO) José María Ayala announced that new channels for the distribution of credits may be added to those currently provided by banks and savings banks.

However, the possibility that the Institute may open its own offices to be themselves the credit dealers was dismissed, as this solution would not be put into practice "in a reasonable schedule" for a proper and fast credit flow. In this sense, the Internet has been considered as an alternative (although not exclusive) channel.

Finally, the current system will be examined to produce simpler and easier lines of credit in terms of processing.



**NOVEDAD!!!!**

iiiLes presentamos nuestra  
**NUEVA LÍNEA BOTE MINIBAR DULCE**  
con precios más asequibles!!!



Transparentes - Abre fácil peel-off - Variedad de sabores

## **DOS máquinas EN UNA**

Saque más rendimiento a sus máquinas de patatas pringles.

Con un sencillo KIT podrá vender también frutos secos:

- COCKTAIL F/S
- CEREALES CON CHOCOLATE
- CACAHUETES SALADOS
- CACAHUETES CON MIEL

Con este simple cambio puede conseguir las ventas de dos máquinas.

Botes de frutos secos similares al bote de patatas pringles, pero más baratos.

**MÁS VARIEDAD = MÁS VENTAS**



Polígono Industrial Fridex, calle 4, parcela 79 - 41500 Alcalá de Guadaíra (Sevilla) España  
Tlfo.: 955 631 013/Fax: 955 630 595 - Tlfo. Export: +34 955 630 179 - Fax Export: +34 955 630 595 - mail: info@salysol.es

[www.salysol.es](http://www.salysol.es)



## British Automatic Vending Association appoints new CEO

# Nuevo presidente ejecutivo para la Asociación británica de vending

La Asociación de Máquinas Expendedoras Automáticas (AVA por sus siglas en inglés) del Reino Unido anunció el nombramiento de Jonathan Hilder como nuevo Presidente Ejecutivo. Hilder asumirá el cargo el 1 de diciembre de 2009 y sustituye a Janette Gledhill, que dejó AVA a finales de julio después de 16 años de servicio. Jonathan aportará a la AVA más de 20 años

de experiencia comercial. Una importante proporción de este tiempo la ha dedicado a trabajar directamente en el mercado financiero, de leasing y máquinas expendedoras. .

The British Automatic Vending Association (AVA) announced the appointment of Jonathan Hilder as its new Chief Executive

Officer (CEO). Hilder will take up the role on 1 December 2009, replacing Janette Gledhill, who left the AVA at the end of June after 16 years service.

Hilder will bring to the AVA over 20 years career commercial experience, of which a significant proportion has been involved directly in the finance, leasing and vending markets.

## A list of vending companies selling ready-meals is required in Aragon

# El Gobierno de Aragón requiere una lista de las empresas vending de comida preparada

El Boletín Oficial de Aragón publicó una orden (con fecha del 13 de octubre) de la Consejería de salud y consumo de esta comunidad, por la que se establecen una serie de nuevos requisitos y condiciones sanitarias relativas a las empresas que tratan las comidas preparadas, incluidas las empresas de vending.

En cuanto al apartado especial que concierne a las máquinas expendedoras de comidas preparadas, esta orden indica que las empresas dedicadas a este sector estarán obligadas a inscribirse en una "lista", única para toda la comunidad autónoma.

Para poder inscribirse en esta lista, las empresas interesadas deberán comunicar a las autoridades competentes sus datos de identificación, ubicación del parque de máquinas, de los almacenes y similares, y sus datos de autorización. Además, se exige que presenten un "programa de autocontrol, referido a la higiene de los alimentos".

A public order (dated October 13) by the Board for Health and Consumption in the Spanish region of Aragon has established a series of new health requirements and conditions for companies trading ready-meals, vending companies included. Concerning the latter, they are required by a special clause to sign in a list, valid for the whole region.

To sign in the list, companies shall provide several details: identification, license and location of the machine park and facilities. A program for food hygiene control is also required.

## Vending companies had media impact during Valencia franchise show

# Termina la feria de franquicias de Valencia con un protagonista mediático: el vending

Concluyó en Valencia la vigésima edición del Salón Internacional de la Franquicia, las Oportunidades de Negocio y el Comercio Asociado.

Alrededor de 140 expositoras patrocinaron sus respectivos modelos de negocio, todos ellos con la característica común de contar con una marca franquicia para apoyar su expansión.

Por otra parte, los medios de comunicación nacionales se hicieron eco de este evento, que contó con una buena representación de franquicias de vending y tiendas 24 horas.

De hecho, el canal de televisión *Tele5*, en su cobertura de la noticia, contó con una pequeña entrevista con el responsable de la empresa Intermedit, Antonio Yepes, que sorprendió este año con un nuevo concepto de máquina de vending; una expendedora de golosinas a granel. Un novedoso sistema del que ya se hizo eco *Hostel Vending* en su edición de Septiembre-Octubre.

The 20th SIF & Co franchise show in Valencia ended this edition with nearly 140 exhibitors of many different business industries, but sharing the franchise model as their means of development.

The show, which was attended by a good sum of vending and self-service franchises, had national media coverage. As a matter of fact, Intermedit manager Antonio Yepes was interviewed by TV channel *Tele5* during their broadcast. Intermedit has also been in the headlines this year with the launch of an innovative candy vending machine.



Download the latest Hostel Vending complete issues for free

# Ya puede descargar gratis los últimos números completos de Hostel Vending

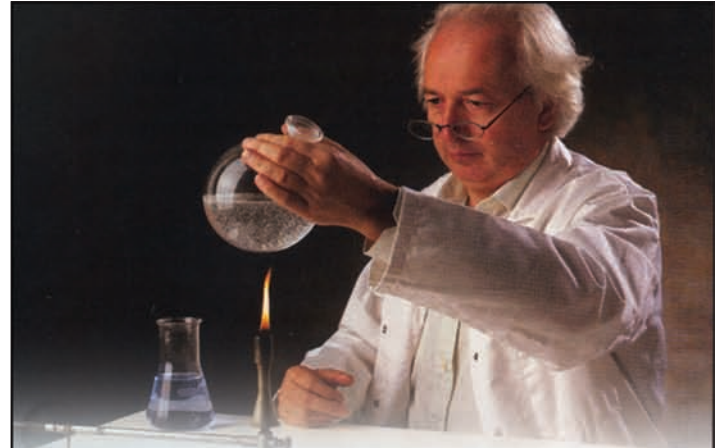
Después de casi 9 años ofreciendo la más amplia y profunda información sobre el sector de la venta automática y la hostelería en papel, *Hostel Vending* dio un paso adelante con su edición digital [hostelvending.com](http://hostelvending.com). – el primer diario online del vending en español – donde sigue siendo el gran referente de la prensa especializada del sector. *Hostel Vending* sigue manteniendo la mayor base de datos y la más actualizada, con más de 10.000 miembros repartidos por 32 países de todo el mundo, que reciben nuestras ediciones por correo de forma gratuita. Además, nuestra presencia en las ferias y eventos más importantes del sector a nivel mundial siempre queda patente con la distribución de 2.000 ejemplares.

Para descargar los últimos números de *Hostel Vending*, sólo tiene que visitar la sección “Hemeroteca”, situado en el menú principal superior de la página. Una vez dentro, tendrá a su disposición todas las noticias publicadas en [hostelvending.com](http://hostelvending.com), además de la posibilidad de descargarse en pdf los últimos números de la revista impresa.

After almost 9 years providing the widest and deepest scope of information about the vending and catering sectors in our printed magazine, *Hostel Vending* took a step ahead with the online version: [hostelvending.com](http://hostelvending.com), the first online vending magazine in Spanish from the landmark publication in the sector.

*Hostel Vending* owns the largest and most frequently updated database, with more than 10,000 members from over 30 countries, who are posted the magazine for free. Besides, with 2,000 copies handed out, *Hostel Vending* always leaves the best impression at the most relevant vending trade shows and events.

To download the latest English/Spanish issues of *Hostel Vending*, please visit the “Hemeroteca” section – in the top menu – and click the number of the issue you wish to obtain.



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 prevestimiento 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 controlados 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](mailto:tecnovending@tecnovending.com)  
Web: [www.tecnovending.com](http://www.tecnovending.com)

### EVERPURE (Europe)

Industriepark wolfstee toekomstlaan, 30 cp b-2200 herentals - Belgium - [tecnovending@tecnovending.com](mailto:tecnovending@tecnovending.com)



EMPRESA: ACQUAJET

TWIST

La empresa portuguesa Twist, filial de Acquajet, ha desarrollado un nuevo concepto de máquina expendedora de snacks y bebidas (de tamaño reducido) que presenta un espectacular formato circular y piramidal que deja todos sus productos (hasta 98 unidades) a la vista del cliente.

El sistema de pago, adaptado para aceptar monedas, está situado en la parte superior. El cliente realiza su selección de entre uno de los cuatro niveles giratorios en los que están alojados los productos y la coge del mismo compartimento, situado al alcance de la mano. Y es que, por sus reducidas dimensiones y capacidad visual, el Twist se presenta como un explotador del consumo por impulso, ideal para colocar al lado de una máquina de café o una fuente de agua.



Portuguese company Twist (an Acquajet subsidiary) has developed a new concept of snacks and small-sized drinks vending machines, featuring a circular and pyramidal shape that shows all the products (up to 98 units) at customers' sight.

The coin acceptor is placed in the upper part. Customers make their selection from one of the four rotatory wheels where the products are stored. Always at hand's reach, it is a grab'n'go sale. Compact and visually appealing, Twist is totally an impulse sale booster; a perfect complement for coffee machines and water coolers.

EMPRESA: SHOOMAKER

AFTERHEELS

¿Cuántas veces hemos oído a las mujeres decir “estos tacones me están matando”? Cientos. Es ese momento cuando, acabada la fiesta al salir de una discoteca o un lugar público, sus pies dicen “basta”. La empresa inglesa Shoomaker ha decidido aportar una gran solución vending a este tipo de situaciones, con la instalación de su gama de zapatillas bailarinas en máquinas expendedoras situadas en lugares estratégicos. Las zapatillas reúnen las principales condiciones que exige el público femenino: cómodas, resistentes, flexibles (cabén en pequeñas cajas que facilitan su expedición), atractivas y baratas (menos de 5 libras).



How many times have we heard women complaining of “these killer heels”? Hundreds. Is the moment when, once the party in a disco club or a public place is over, their feet just had enough.

English company Shoomaker brings a brilliant solution to these sorts of situations, installing vending machines in strategic spots that sell their range of ballerinas shoes. These fulfill all the basic requirements from female clients: they are comfortable, resistant, flexible (they fit in small boxes for easier dispensing), nice and cheap (less than 5 pounds).

EMPRESA: JOSTTECH

PX-10

La firma suiza josT-Tech, que ha presentado una forma innovadora y ecológica de impulsar el vending público de periódicos y revistas, a través de estas máquinas expendedoras. La PX10 es una máquina de vending totalmente automática capaz de expedir hasta ocho tipos diferentes de revistas. Después de que el usuario selecciona el producto, el precio aparece en el display; la publicación es recogida de su depósito interior y expulsada a través de la ranura vertical. El pago puede realizarse con monedas, billetes o tarjeta.



Como novedad y a modo opcional, la PX10 puede funcionar a través de placas solares y una batería integrada.

Swiss manufacturer josT-Tech introduces an innovative and eco-friendly achievement for outdoor vending of journals and magazines.

The PX10 model is a fully automatized vending machine that can deliver up to eight different journals. When customers press their selection, prize is displayed in the screen. The product is then picked in the internal stock and delivered through the vertical slot. Payment can be done in coins, bank notes or SmartCards. The most peculiar feature is an optional solar cell & battery solution for outdoor operation.

EMPRESA: STEGOTRONIC

## SISTEMA ANTI-CONDENSACIÓN

La firma Stego ha desarrollado un sistema eléctrico especialmente diseñado para evitar la condensación en el interior de las máquinas dispensadoras o de vending. Este revolucionario sistema se activa cuando la humedad relativa del aire en el interior de la máquina sobrepasa los límites (el 50% rF (+/- 4%)), e impide que el producto a la venta se apelmace.

El sistema se compone de un higrostatato mecánico y una resistencia calefactora con ventilación. El higrostatato KFR 012, de pequeña dimensión y alta capacidad de conmutación, controla la humedad relativa y activa la resistencia, evitando la condensación y la corrosión de los componentes eléctricos y electrónicos.

Stego has developed an electronic system that provides protection against humidity inside vending and dispensing machines. This revolutionary product activates when set temperature or humidity values – 50% rF (+/- 4%) – inside the machine are exceeded or have fallen below, ensuring the products are freshly delivered.

The system consists of a mechanical hygrostat and a fan-built heating resistor. The small, com-mutant KFR 012 hygrostat controls relative



ve humidity and activates the resistor, avoiding condensation and, thus, corrosion of electric and electronic parts.

EMPRESA: GLESIUS

## STAIRCAT



El Staircat (Treppenkuli en el mercado germano) es una unidad eléctrica con batería propia (de 12V/17AH), que puede llegar a transportar hasta 540 kilogramos de peso escalera arriba y escalera abajo. Sin embargo, para el operador la sensación de carga será mucho menor (el carrito en sí sólo pesa 35 kg), reduciendo el riesgo de accidente.

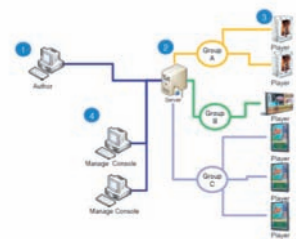
La empresa creadora y distribuidora Glesius también oferta diferentes configuraciones en las piezas del carrito, tales como las ruedas, la base de transporte, partes de altura ajustable o patas inferiores para reposar el carrito.

For vending machine transportation, manpower is no longer advisable, because of high personal expenses and health hazard for bones and joints. The use of stairclimbers reduces this problems. The Staircat (Treppenkuli in Germany) is a battery-operated (12V/17AH) unit, transporting 540 Kilos up and down the stairs. However, the weight of the climber is only 35 Kilos.

A choice of attachments includes enlarged basic plates, different kinds of wheels, height adjustable basic plates for loads with legs and other components.

EMPRESA: SAMSUNG

## MAGICINFO



MagicInfo es un gestor de publicidad digital a través de servidor, especialmente pensado para máquinas expendedoras que llevan incorporadas pantallas LCD. El usuario puede disponer a su antojo y a distancia los diversos elementos (gráficos, de texto, vídeo, streaming en directo, animación, reloj, logotipos, RSS o cualquier tipo de presentación) que quiere que aparezcan en su parque de máquinas. Gracias al sistema de información analítica, las empresas que pudieran estar interesadas en promocionarse pueden recabar información útil, como por ejemplo el número de expendedoras y su localización, o la expectativa de efectividad de su publicidad. El usuario recibe asimismo un informe detallado con el tiempo de duración, horario, frecuencia, precio... En caso de existir algún tipo de incidencia o emergencia, se avisa al usuario al instante.

MagicInfo is a server-based digital advertisement manager, especially addressed to LCD-built vending machines. A comprehensive list of formats (pictures, text, video, online streaming, clock, flash animation, logos, RSS or any sort of presentation) can be configured by the user, uploaded and displayed in your machine park. Thanks to the analytics report, companies interested on advertising can gather useful information: number of machines and localization, prospects of effectiveness, etc. Likewise, users are reported the duration, frequency, schedule and price of commercials. And in case of emergency or incidence, he is instantly alerted.

EMPRESA: VENDISER

## RISTORA TOP

Vendiser, empresa especializada en la distribución de productos para los canales vending y dispensing presenta Ristora Top, una leche en polvo con una granulometría muy elevada. Esta leche soluble ha sido ideada para incrementar la rentabilidad de las explotaciones de vending en un tiempo donde recortar gastos es más importante que nunca. El producto permite al operador ahorrar un 40% de producto en cada dosis. Y todo ello manteniendo un componente de leche muy elevado, del 80%. La

clave, según Vendiser, está en la optimización que se ha hecho del producto, que consiente una mayor solubilidad, a la vez que se consigue un café con leche de gran calidad.



Vendiser, a company that specializes in distributing products for the vending and dispensing channels, presents Ristora Top, a powder milk with a high level of granu-

lometry. The concept of this instant milk is to increase profitability in vending businesses, where cutting costs is more important than ever. In each dose – the company says – operators can save 40% of the product, while the share of milk is as high as an 80%. Vendiser points out that optimization of the product is the key, as it offers more solubility in a tasty cup of coffee with milk.

EMPRESA: COSMETAL

## CONNECT 23 RI HWG

En términos de higiene, tecnología, rendimiento y ergonomía, Connect es una de las fuentes de agua POU más avanzadas del mercado. La nueva y original versión HWG dispensa agua fría, caliente (a 95°) y con gas en una única unidad, sin riesgo para el usuario gracias a su botón de seguridad especialmente diseñado.



Connect HWG puede dispensar 22 litros por hora de agua fría y con gas; 8 litros en caso de agua caliente. Gracias a su diseño ergonómico, con el panel de control integrado en la parte superior, no es necesario inclinarse, lo cual facilita su utilización. Además, el compartimento para servirse es muy elevado, con lo que caben tazas, botellas pequeñas y hasta envases para deporte; una fuente que sirve más cantidad en un único servicio.

In terms of hygiene, technology, ergonomics and performance, Connect is one of the most cutting-edge POU water coolers in the market. The new and unique HWG version serves cold, hot and sparkling water in one machine without risk to the user, thanks to the specially designed safety button.

Connect HWG dispenses 22 litres of cold and sparkling water per hour and 8 litres of hot water (95°C) per hour. With its ergonomic design, users won't need to bend down. The control panel is positioned in the upper part of the cooler for easy access. The elevated dispensing compartment enables to fill mugs, small bottles or sport bottles giving the chance to get more water in one go.

EMPRESA: ISABEL

## BOLES CALENTABLES

Los nuevos Boles Calentables de Isabel están listos en tan solo 1 minuto al microondas, o en expendedoras con sistemas incorporados de calentamiento, incorporando un tenedor que permite disfrutar de una comida caliente on-the-



go. La gama consta de 3 variedades: guiso de atún con patatas, pasta con atún y arroz marinero. Ideal para personas con poco tiempo para dedicar a la cocina, pero que desean comer sano, sabroso y nutritivo con todas las propiedades del pescado azul.

Además, los nuevos Boles Calentables de Isabel son Naturfresh, un proceso exclusivo de elaboración de Isabel, que consiste en un proceso de esterilización, que mantiene todas las propiedades y el sabor de los ingredientes de forma natural, sin necesidad de conservantes.

The new heatable ready-meal Bowls by Isabel are ready to eat on-the-go in just one minute, using a microwave or in vending machines with a built-in heating system, and including a fork.

The range offers three delicious meals: tuna and potato casserole, pasta and tuna, and a fish & rice recipe. This is a perfect solution for customers with little time for cooking, but still eager to eat healthy, tasty and nutritional meals with all the benefits of cold-water fish. Besides, these heatable Bowls are Naturfresh. This exclusive sterilization process by Isabel keeps all the properties and flavour of the ingredients in full – no preservatives involved, only natural goods.

EMPRESA: AZKOYEN

## SERIE SIENNA

Sienna Z está disponible en versiones espresso e instant, y en dos tamaños: Sienna Lz (1830mm) y Sienna Mz (1620 mm). La puerta está realizada en una sola pieza metálica de 0.8 mm de espesor, lo que le da una gran robustez al equipo manteniendo un diseño muy atractivo, fácilmente personalizable. Tiene 5 tolvas de soluble más una de café en grano en la versión espresso, y 5 tolvas de soluble más una opcional en la versión instant. Se incorpora una nueva caldera en las versiones *instant* de 700 ml que mejora el comportamiento de la máquina frente a depósitos calcáreos y que además permite un contacto directo con las electroválvulas minimizando las pérdidas de calor de los primeros servicios.

Se mantiene el display gráfico, muy útil para informar al cliente final sobre la elaboración de su café o al operador sobre posibles incidencias. El panel de selección es claro y atractivo con botones cromados retro-iluminados.

El mantenimiento de los equipos es rápido y sencillo gracias a su construcción modular, al acceso directo a sus componentes clave, a la mezcla independiente de productos y al programa de auto-lavado.



The Sienna Z range is available in espresso and instant models and two sizes: Sienna Lz (1830mm) and Sienna Mz (1620 mm). This is a compact model with one-piece metal door, 0.8 mm thick, featuring an appealing and fully customizable layout.

The espresso version is equipped with 5 soluble canisters and an additional coffee bean canister (which is optional in the instant version). The new cup capacity technology (700 ml) optimizes the unit's performance against lime residues, thus improving full contact with the electric valves and minimizing heat loss in the first brews.

Graphic display shows information regarding machine errors and brewing process in a clear and simple manner, with chrome plated back-lit direct selection keypad buttons.

Installation and maintenance is easy thanks to its modular construction, direct access to key parts, flexibility to personalize the menu of drinks and a self-washing program.

## The international Vending sector meets at Venditalia 2010.

*You are invited  
to come along, too!*

**fieramilanocity**

Milan, 28<sup>th</sup> April - 1<sup>st</sup> May 2010

**Venditalia**  
International Vending Exhibition 2010

Info:  
Venditalia Servizi S.r.l.  
Ph. +39 02 33105685 - Fax +39 02 33105705  
venditalia@venditalia.com - www.venditalia.com



EMPRESA: FLO

## GAMA "L"

La filosofía de este producto se basa en la importancia de la presentación. Un envase atractivo aumenta la percepción de calidad. La serie "L", que ya está siendo utilizada por varios operadores en España gracias a la distribución de Eláter/Vendomat International, representa el "top de gama" de Flo. Un vaso de vending muy parecido a una taza de cafetería, transparente, bicolor o blanco, que permite diferenciarse del resto del mercado, ayudando al sector a liberarse del concepto de que el producto distribuido por la máquina automática tie-

ne que ser económico y de baja calidad. Además, la serie de vasos "L" permite optimizar el 30% el espacio en el almacén, ya que 24 cajas de producto ocupan el mismo espacio de 18.



nable through the firm's delegations in the UK and France, as well as through official distributors in all EU countries and Eastern Europe, these cups feature a magnificent design – transparent, bi-colored, white... Because vending stock does not necessarily have to be cheap, poor quality products, "L" cups stand out from the rest. Besides, the "L" range of cups saves 30% stockage space in your facilities: 24 "L" cup boxes use the same space as 18 average cup boxes.

The concept is to stress the importance of the layout: an appealing cup increases your perception of quality. "L" cups for vending & OCS machines are Flo's top of the range product. Internationally avai-

to be cheap, poor quality products, "L" cups stand out from the rest. Besides, the "L" range of cups saves 30% stockage space in your facilities: 24 "L" cup boxes use the same space as 18 average cup boxes.

EMPRESA: SANDENVENDO

## G-DRINK

G-Drink incorpora tecnología japonesa y está fabricada en la moderna factoría de SandenVendo en Milán. Ecológico y moderno, el nuevo equipo destaca por su bajo consumo en iluminación y grupo de frío; cuenta con una excelente luminosidad LED's que aporta beneficios medioambientales y mejora las ventas, una temperatura mínima de 2°C y sistema de ahorro nocturno de energía.

Asimismo, hacer mención especial del sistema patentado de venta robotizado *Catcher* que permite la entrega del pro-

ducto en ocho segundos y que no sólo aumenta la venta por impulso sino, lo que es más importante, mejora el manejo cuidadoso de los productos al reducir al mínimo la efervescencia de las bebidas carbonatadas.

G-Drink is built with Japanese technology in the modern facilities of SandenVendo in Milan. This eco-friendly and modern equipment features energy-saving refrigeration and lighting systems. The



superb LED-based luminosity brings ecological advantages and boosts sales. Lowest temperature reaches 2°C, and it features an energy-saving night shift mode.

Another highlight is the patented *Catcher* robotic distribution system, which delivers the products

in only eight seconds, enhancing impulse sales while minimizing effervescence in carbonated drinks.

EMPRESA: ORBIT

## ORBIT BOX

Orbit presenta un nuevo pack en edición limitada de uno de sus productos insignia, Orbit Box. Éste ha sido diseñado por estudiantes de la escuela de diseño Elisava, convirtiéndose en el primer proyecto de este tipo llevado a cabo en el sector de la confitería. El nuevo pack de Orbit Box tiene una curiosa inspiración: 70 sonrisas diferentes

que el consumidor puede encontrar en su interior.

Orbit Box lanza esta edición limitada con ánimo de sorprender una vez más a sus consumidores. Los cuatro sabores de Orbit Box: Fresa Ácida, Hierbabuena, Menta Suave y Eucalipto.



Orbit introduces a new, limited edition pack of one of its landmark brands: Orbit Box. Designed by students at the Elisava design school, it is the first project of this kind in the sweets industry. Inspiration for the new Orbit Box package is quite peculiar: 70 different smiles are awaiting inside.

## EMPRESA: COFRUSA

## FRUITS N'GO

Cofrusa Fruits N'Go es un alimento sano y de calidad que puede ser consumido en cualquier momento y en cualquier lugar. Se trata de crujientes y deliciosas frutas troceadas, con una textura y sabor muy similares a la fruta fresca, gracias a un revolucionario y cuidadoso sistema de pasteurización. Es rico en fibras y baja en calorías, gracias a las características propias de la fruta y a que va envasada en jugoso zumo de frutas.

Con cinco variedades de fruta diferen-

tes, se presentan en un práctico envase de plástico transparente de fácil apertura, con tenedor incluido, perfecto para su expedición a través de una máquina de vending.

Cofrusa's Fruits N'Go is a top quality and healthy food option that can be taken anywhere, anytime. This crunchy fruit delight in pieces bring all the flavour and texture of fresh fruit, thanks to an innovati-



ve and secure pasteurization system. Due to the characteristics of the added juice and the fruit itself, this is a highly fiber-rich and low-calorie product.

Available in five different fruit options, Fruits N'Go is launched in an easy-to-handle transparent plastic pack – fork included. It is optimal for distribution in vending machines.

## EMPRESA: ANIMO – OPTIFRESH

## CAFÉ RECIÉN MOLIDO

La OptiFresh BEAN es la nueva aportación de Animo al sector OCS. Su sistema de elaboración del café permite extraer todo el sabor del grano, gracias al molinillo instalado en la parte superior.

Al no incluir filtros de papel, sino uno fijo, no es necesario ir cambiándolo cada dos por tres. OptiFresh BEAN no sólo sirve el clásico café; también prepara una deliciosa selección de capuchinos, latte-macchiato, vienés, etc. de forma rápida y eficaz. La máquina se comercializa en cuatro modelos diferentes, de uno a cuatro recipientes para los ingredientes.

Dos de las características primordiales de esta máquina son su programa integrado de mantenimiento y la facilidad para reconocer sus símbolos, por lo que resulta muy fácil de usar para el consumidor.

The OptiFresh BEAN is the newest vending machine in the wide range of Animo coffee equipment. The OptiFresh coffee brewing system uses a technique that ensures the ultimate taste of your coffee, grinding the coffee beans freshly per consumption. The brewing unit uses a permanent filter instead of a paper filter,

and can be removed and cleaned easily. In addition to 'regular' coffee, it also offers a wide range of coffee varieties:

a delicious cappuccino, Latte Macchiato, Wiener Melange...

The product is available in four models, with one up to 4 canisters for ingredients. Integrated maintenance programmes and clear key symbols make the OptiFresh BEAN very user-friendly and easy to maintain.



## EMPRESA: TOSFRIT – CHOCO APETINAS

## PALITOS DE CACAO Y AVELLANA

Tostados y Fritos S.A (Tosfrit), ha lanzado al mercado una nueva referencia dentro de su "gama de snacks dulces": Choco Apetinas, un crujiente snack de patata con cobertura de cacao y un toque de Avellana.

Ya que el objetivo de Tosfrit es ofrecer al consumidor un producto en condiciones óptimas, sólo se podrá disfrutar de este snack de manera estacional (octubre – marzo), puesto que para mantener intactas las cualidades del producto se requieren de unas condiciones climáticas específicas.

El formato de bolsa de 30 gramos está disponible para Canal Impulso y Conveniencia, así como Vending.

Tostados y Fritos S.A (Tosfrit) has launched a new addition to its "sweet snacks range": Choco Apetinas, a crispy potato snack with a cocoa filling and a hint of hazelnut.

Always offering products in



optimal conditions, Tosfrit will only sell this snack for a limited period (from October to March) to maintain the specific climatic conditions required by it.

The 30 gr. package is available for the Impulse & Convenience channel and, of course, for Vending machines.

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

www.hostelvending.com



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

