

ACQUA MINERALE SAN BENEDETTO S.P.A.



La partecipazione di Acqua Minerale San Benedetto a Venditalia 2026 si è chiusa con un riscontro estremamente positivo, confermando il ruolo del Gruppo come punto di riferimento per il mondo della Distribuzione Automatica e, più in generale, nel consumo fuori casa. L'appuntamento ha rappresentato un'occasione di confronto con operatori, partner e stakeholder, in un contesto sempre più dinamico, nel quale innovazione di prodotto, capacità di servizio e lettura dei nuovi bisogni del consumatore diventano fattori determinanti per la crescita del Vending.

San Benedetto ha presentato una proposta ampia e trasversale, coerente con il posizionamento di Total Beverage Company. Una gamma che abbraccia l'intero universo del beverage analcolico, dalle acque minerali ai thè freddi, dalle bibite gassate alle bevande a base frutta, fino alle acque addizionate, agli energy drink, agli sport drink e alle bevande vegetali, con formati studiati per garantire praticità, rotazione e massima fruibilità nel Vending.

Tra le novità più apprezzate, San Benedetto Succoso Zero nel formato lattina sleek da 0,33L ha intercettato con efficacia l'evoluzione del canale, introducendo una bevanda alla frutta non gassata in un packaging moderno e distintivo. Le referenze Arancia Carota Limone e Frutti Rossi rispondono a un target ampio. Grande attenzione anche per il restyling della gamma Thè San Benedetto, oggi ancora più fresca e riconoscibile grazie a un'immagine rinnovata e in linea con la campagna "Irresistibilmen-Thè", con un'offerta che spazia dai classici Limone e Pesca alle versioni Zero Zucchero, Deteinato e Verde Matcha.

Il percorso di innovazione ha coinvolto anche San Benedetto Super Boost, con un nuovo posizionamento, nuovi gusti e un formato PET da 0,375L pratico e richiudibile. Nella stessa direzione si inserisce San Benedetto Avena, la linea di bevande 100% vegetali, naturalmente prive di lattosio e zero zuccheri aggiunti, arricchita dal nuovo gusto Cacao: una proposta capace di intercettare trend legati a benes-



sere, gusto e consumo on-the-go.

Ampio spazio è stato dedicato anche alle acque addizionate, con Aquavitamin e Aquaprotein nel formato da 0,40L che risponde alla crescente domanda di bevande in grado di offrire un beneficio percepito oltre al piacere del consumo. Sul fronte delle bibite gassate, la linea San Benedetto Passione Italiana ha confermato la propria capacità di valorizzare la tradizione delle bibite italiane in chiave contemporanea, mentre la Limited Edition Schweppes, dedicata al Roland Garros, ha aggiunto un elemento di forte attrattività.

Il bilancio positivo di Venditalia conferma dunque la forza di San Benedetto: non solo un'offerta di prodotto, ma una visione integrata del canale, costruita sulla collaborazione con gli operatori, sul supporto al sell-out, sulla comunicazione e sulla capacità di sviluppare soluzioni mirate. In un mercato in trasformazione, il Gruppo ribadisce così il proprio ruolo di partner strategico per il Vending, capace di anticipare i trend e trasformare ogni novità in un'opportunità concreta di crescita per la filiera.



LEGGERI PER NATURA, FRAGRANTI PER PASSIONE.

me food




ANTONIO FIORE
Panificatori dal 1958

NON CHIAMARLI TARALLINI.

Fragrantini è un'altra storia: lievito madre, cottura in forno, una fragranza che i tarallini tradizionali non hanno. Nel tuo circuito vending, un prodotto che si distingue alla vista, al naso e al primo morso. Alta rotazione, identità forte, margine premiante.

ALBA TRAMEZZINI S.P.A.



Alba Tramezzini S.p.A. ha confermato il proprio ruolo di riferimento nel settore del Vending durante la fiera Venditalia 2026, che quest'anno ha segnato un importante cambio di scenario con la nuova sede di Rimini.

Nata nel 1978, specializzata nella produzione di tramezzini e panificati farciti, l'azienda continua a investire con costanza in ricerca e sviluppo, con l'obiettivo di proporre soluzioni sempre più versatili e in linea con le nuove abitudini di consumo.

L'azienda ha presentato in fiera numerose novità pensate per il Vending - sia per il consumo a freddo, sia per la preparazione a caldo - compatibili con spirale singola e doppia.

Tra le proposte più apprezzate figura la linea Duetto "Sapori regionali", che interpreta la tradizione gastronomica italiana attraverso ricette ispirate ai territori. La nuova variante Duetto alla Romana, con porchetta e funghi in pane integrale con crosta, si affianca alle già esistenti Pugliese, Calabrese e Piemontese. Si amplia anche la linea Duetto Selection con la nuova ricetta pollo e bacon in pane integrale, pensata per rispondere ai gusti più trasversali.

La linea SandwichPRO continua a rappresentare uno dei punti di forza dell'offerta, rispondendo alla crescente domanda verso prodotti ad alto contenuto proteico. La gamma comprende le referenze con bresaola, rucola e Grana Padano e quella con pollo e uova, realizzate con pane proteico ai cereali con lievito madre, arricchito con legumi e semi di lino.

Elemento distintivo di Alba Tramezzini è il pane, prodotto quotidianamente nello stabilimento aziendale. La lievitazione naturale, l'assenza di alcol e conservanti e

la cura artigianale della lavorazione rappresentano un valore identitario riconosciuto e apprezzato, che contribuisce a differenziare l'offerta.

Grande interesse ha riscosso anche la linea Time Out Snack, arricchita con le nuove referenze salamini e grissini senza glutine, affiancata dai classici salamini e tarallini, presentati con un nuovo restyling del packaging, pensato per migliorarne la riconoscibilità e la visibilità nei distributori automatici.

La partecipazione a Venditalia 2026 si è confermata, per Alba Tramezzini, un'importante occasione di confronto con operatori e clienti, confermando una strategia di crescita basata su innovazione di prodotto, qualità delle materie prime e capacità di anticipare l'evoluzione del consumo fuori casa.



ANTONIO FIORE ALIMENTARE S.R.L.



Il Venditalia 2026 ha rappresentato, per “Antonio Fiore” una scommessa significativa: nonostante l’incognita della nuova location, che aveva suscitato qualche perplessità presso gli addetti del settore, l’esito ha superato di gran lunga le aspettative dell’azienda di snack pugliese.

“Le presenze numerose ed entusiaste dei clienti presso il nostro stand hanno rappresentato una conferma importante: da ormai quasi 3 decadi, i nostri prodotti mantengono saldo il loro posizionamento all’interno delle spirali – spiega la Vending Sales Manager, Maria Pia Paglino -. Antonio Fiore, che ha sempre fatto della qualità un baluardo irrinunciabile, dimostra con i suoi numeri che, anche in tempi incerti, il consumatore continua a scegliere la qualità. Oltre a ciò, la fiera ci ha aperto le porte per importanti “working relationships” con distributori stranieri, offrendoci l’opportunità di ampliare i nostri orizzonti di vendita, anche oltreoceano”.

Presentate alcune novità. Innanzitutto “Scrokiami”, la nuova linea che ridefinisce il segmento di snack da forno salati, unendo i presupposti della tradizione con concept più contemporanei. Cotto esclusivamente al forno, “ScroKiami” offre un’alternativa leggera, croccante e ricca di gusto, ideale per consumatori moderni, attenti alla salute ma non disposti a compromessi sul sapore. Per quanto concerne il target di riferimento, la nuova linea si rivolge ad un consumatore trasversale: ai professionisti e alla Gen Z, agli amanti dell’aperitivo e a coloro che sono attenti al benessere.

Quattro sono i principali punti di forza di “ScroKiami”: 100% cotti al forno, leggeri e digeribili, senza frittura; fatti con ingredienti funzionali quali farina di semola e semi di girasole che rappresentano una importante

fonte di fibre e di proteine; esibiscono totale pulizia in etichetta, ovvero contengono zero conservanti artificiali, non coloranti, aromi naturali al 100%; presentano un formato “on the go”, ossia confezioni che preservano la freschezza del prodotto dalla luce solare ed artificiale e dall’umidità, perfette per il consumo fuori casa.

“Ciò che più ci sta a cuore – conclude il management di Antonio Fiore Alimentare - è offrire ai nostri clienti un’esperienza di scoperta: aver presentato tali novità è il nostro modo di rafforzare il legame e di costruire un ponte verso un futuro di innovazione e miglioramento costanti, dove i consumatori saranno sempre al centro della nostra mission”.



ARISTEA S.P.A.



Il bilancio complessivo della partecipazione di Aristeia al Venditalia 2026 è positivo, pur in un contesto di mercato che non nasconde le sue complessità. L'affluenza allo stand è stata buona, con contatti che si sono rivelati interessanti e che alimentano aspettative concrete per i mesi a venire.

Aristeia ha esposto la propria gamma di bicchieri in polistirene, disponibili sia in design tradizionali che in versioni più moderne, affiancata da una proposta in cartoncino che riflette la crescente attenzione del settore alla sostenibilità. I bicchieri in cartoncino con coating in polietilene sono riciclabili con la carta, mentre quelli con coating in PLA offrono una doppia possibilità di riciclo: con la carta e con la frazione organica. Una gamma che risponde concretamente alle nuove sensibilità del mercato e alle normative sempre più stringenti sui materiali monouso. Un segnale incoraggiante, da parte di Aristeia, in un momento in cui il settore deve fare i conti con pressioni esterne non trascurabili: i conflitti internazionali e il conseguente aumento dei costi delle materie prime, le normative europee e italiane sempre più restrittive sull'utilizzo della plastica monouso e la concorrenza agguerrita dei produttori del Far East nel segmento dei bicchieri in cartoncino, capaci di immettere sul mercato prodotti a prezzi difficilmente sostenibili per un'azienda europea e italiana.



“Nonostante questo quadro – spiega il management di Aristeia – la percezione ricavata dal confronto con gli operatori presenti è che il settore della Distribuzione Automatica tenga e possa ancora rappresentare una concreta opportunità di business tanto per i fornitori quanto per i gestori. La sostenibilità dei prodotti — e dei bicchieri in particolare — non è più solo un tema normativo: si sta trasferendo in



modo sempre più evidente nelle scelte d'acquisto e nelle strategie aziendali. Una nota critica riguarda, invece, l'organizzazione dell'evento. Si è riscontrata una bassa partecipazione di operatori stranieri, dato che non può passare inosservato per una manifestazione che ambisce a una vocazione internazionale. Tra i fattori che potrebbero aver inciso, la scelta logistica di tenere la fiera a Rimini: una sede lontana dai principali nodi ferroviari e aeroportuali, con un'offerta ricettiva e di collegamento che non regge il confronto con città come Milano, sede delle ultime edizioni. Una riflessione che gli organizzatori farebbero bene a tenere in considerazione per le prossime edizioni”.



AWS ROMER GMBH & CO. KG



“In occasione di Venditalia 2026 – spiega Giuseppe Aloe, Managing Director AVS G. Roemer Schweiz AG - abbiamo avuto l'opportunità di presentare con successo le nostre novità a interlocutori mirati, generando un numero di contatti superiore alle aspettative.

Da questi contatti sono già nati progetti concreti di grande valore, a conferma della qualità delle relazioni instaurate durante la manifestazione.

I nostri prodotti di punta hanno riscosso un riscontro molto positivo e si sono rivelati perfettamente in linea con le esigenze del pubblico presente. In particolare, desideriamo evidenziare l'interesse suscitato dalla nostra gamma PK per la tecnica di connessione, così come dalle

soluzioni di valvole per distributori d'acqua e applicazioni pre-mix e post-mix.

È stato molto apprezzato anche il nostro assortimento completo per macchine da caffè automatiche in PPSU (sensori, elettrovalvole, pompe, raccordi a funzione e raccordi push-in).

In questo ambito ci siamo distinti grazie a configurazioni speciali su misura, offrendo un chiaro valore aggiunto ai nostri clienti.

Nel complesso, la nostra partecipazione si è rivelata estremamente positiva e conferma la validità della nostra proposta tecnologica e commerciale nel settore del Vending”.

FLO S.P.A.



PEPSICO BEVERAGES ITALIA S.R.L.



BARILLA S.P.A.



Grande successo per la partecipazione di Barilla for Professionals a Venditalia 2026. La presenza in fiera ha rappresentato un'occasione strategica per rafforzare il proprio presidio nel Vending, valorizzare l'offerta snack e presentare innovazioni di prodotto rivolte al consumo fuori casa.

Lo stand Barilla ha registrato un'elevata affluenza, accogliendo migliaia di operatori del settore e confermandosi un punto di riferimento grazie a un'esperienza coinvolgente basata su degustazioni e dimostrazioni prodotto. Il forte interesse generato ha favorito un significativo incremento delle occasioni di contatto con clienti attivi e potenziali, contribuendo al consolidamento del posizionamento dell'azienda nel mercato vending.

Protagonista assoluta è stata l'ampia gamma di snack dolci e salati, pensata per rispondere alle esigenze di un mercato in continua evoluzione e sempre più orientato a soluzioni pratiche e di qualità. In evidenza i brand iconici del gruppo - Ringo, Baiocchi, Gran Cereale e Gran Pavesi - proposti in soluzioni monoporzione ideali per il consumo "on-the-go", in piena coerenza con le esigenze del Vending.

La fiera ha inoltre rappresentato una piattaforma strategica per il lancio e la presentazione in anteprima di importanti novità di prodotto. Tra queste, i nuovi snack salati Gran Pavesi e referenze innovative come "Sfoglino Pizza", oltre alla novità "Ringo feat. Goccioline" (in limited edition), che hanno attirato l'attenzione degli operatori distinguendosi per gusto e texture, aprendo nuove opportu-

nità di sviluppo commerciale.

Elemento chiave della partecipazione di Barilla è stato anche l'approccio esperienziale adottato nello stand, con attività di sampling, product unveiling e iniziative di customer engagement supportate da strumenti digitali come il QR code access. Queste attività hanno favorito un elevato coinvolgimento del pubblico professionale della fiera, consentendo al contempo la raccolta di dati utili per il CRM di Barilla for Professionals e il rafforzamento delle relazioni con i propri clienti e stakeholder.

Oltre agli ottimi risultati in termini di visibilità, la partecipazione ha evidenziato anche importanti risultati qualitativi: il rafforzamento del posizionamento di Barilla for Professionals nel Vending come punto di riferimento del segmento BiscoSnack e portatore di innovazioni negli snack salati, la conferma dell'interesse verso le soluzioni gluten free e il consolidamento delle relazioni con gli operatori chiave del settore.

"L'edizione 2026 di Venditalia ha segnato un importante cambiamento e si conferma, quindi, una piattaforma strategica non solo per sviluppare visibilità, ma soprattutto per intercettare trend di mercato, generare nuove opportunità commerciali e consolidare la presenza nel fuori casa. Inoltre, Confida ha gestito l'evento dimostrando che innovazione di prodotto, attenzione ai bisogni del consumatore e approccio esperienziale rappresentano leve fondamentali per sostenere la crescita nel mondo della distribuzione automatica", commenta Marco Gandolfi, Food Service Channel Associated Director.



BIANCHI INDUSTRY S.P.A.



Venditalia 2026 ha rappresentato per Bianchi Industry molto più di una semplice manifestazione fieristica. È stata l'occasione per incontrare clienti, partner e operatori provenienti da tutto il mondo e per misurare concretamente lo stato di salute del Vending.

“Le nostre impressioni sono estremamente positive – commenta Massimo Trapletti, Amministratore Delegato Bianchi Industry - . La prima evidenza emersa durante i giorni della fiera è stata la qualità dei visitatori. Pur in un contesto economico internazionale caratterizzato da incertezza, abbiamo riscontrato una forte volontà di investimento da parte degli operatori. I clienti non cercano più solamente una macchina, ma soluzioni complete che permettano di migliorare l'esperienza del consumatore, aumentare l'efficienza operativa e ridurre i costi di gestione”.

“La seconda considerazione – continua Massimo Trapletti - riguarda l'innovazione. A Venditalia abbiamo percepito chiaramente come il mercato stia entrando in una nuova fase evolutiva. Digitalizzazione, intelligenza artificiale, telemetria avanzata, manutenzione predittiva, sistemi di pagamento integrati e sostenibilità non rappresentano più temi futuristici, ma elementi concreti che influenzano le decisioni di acquisto”.

Per Bianchi Industry questa tendenza conferma la correttezza del percorso intrapreso negli ultimi anni. Gli importanti investimenti effettuati nello sviluppo prodotto, nelle piattaforme digitali e nei nuovi sistemi di connettività stanno trovando un crescente interesse da parte del mercato.

Durante la manifestazione sono state presentate le più



recenti innovazioni nelle gamme vending, OCS e Horeca, ricevendo riscontri molto incoraggianti. *“In particolare – afferma Trapletti - abbiamo registrato un forte interesse verso le soluzioni che combinano elevata qualità in tazza, semplicità di gestione e connettività avanzata. Un elemento che ci ha particolarmente colpito è stata la crescente attenzione internazionale verso il Made in Italy. Numerosi operatori europei ed extraeuropei continuano a riconoscere nei produttori italiani un punto di riferimento in termini di affidabilità, design, qualità costruttiva e capacità innovativa. Questo rappresenta per noi motivo di orgoglio ma anche una responsabilità importante.*

Venditalia ha inoltre confermato come la sostenibilità stia diventando un fattore sempre più determinante. Riduzione dei consumi energetici, maggiore durabilità dei componenti, ottimizzazione dei cicli

di manutenzione e integrazione di materiali più sostenibili sono ormai richieste concrete del mercato e non semplici obiettivi di marketing”.

Bianchi Industry torna da Rimini con un portafoglio di opportunità significativo e con la convinzione che il settore stia vivendo una fase di trasformazione positiva. La fiera ha dimostrato che il settore possiede le competenze, le tecnologie e la capacità imprenditoriale necessarie per affrontare le sfide future. *“Come Bianchi Industry continueremo a investire in innovazione, qualità e sostenibilità per supportare i nostri clienti in questo percorso di crescita”, conclude Massimo Trapletti.*

CAFFÈ BORBONE S.R.L.



“Per Caffè Borbone, Venditalia 2026 ha segnato molto più di una semplice presenza fieristica: la prima edizione della manifestazione ospitata a Rimini ha rappresentato un banco di prova importante per il settore e un’occasione concreta per misurare il polso del mercato. In questo scenario, il brand ha letto la fiera come un momento di confronto reale con operatori, partner e clienti, in un contesto che ha mostrato vivacità, partecipazione e attenzione verso l’evoluzione del consumo professionale”, commenta David Draghi, Direttore Commerciale Canale Professionale di Caffè Borbone.

Caffè Borbone ha portato il proprio racconto di brand “Una storia di casa” declinandolo al contesto del fuori casa e del consumo professionale: uno spazio rinnovato, progettato per trasferire anche nel Vending i codici valoriali del posizionamento del marchio come “caffè di casa”, fatto di familiarità, vicinanza, condivisione e qualità quotidiana. Una presenza che ha raccontato con chiarezza la volontà dell’azienda di presidiare in modo sempre più strutturato tutti i momenti di consumo, mantenendo il legame con il proprio universo identitario.

“Questa edizione di Venditalia ha dato un segnale positivo a tutto il comparto: abbiamo trovato un contesto dinamico, ben partecipato e capace di favorire un confronto concreto con gli operatori. Per noi essere a Rimini ha significato confermare quanto il Vending e, più in generale, i contesti di consumo fuori casa

rappresentino un’area di sviluppo. Anche in questi ambiti vogliamo portare un’offerta in grado di rispondere in modo puntuale alle esigenze del mercato, mantenendo però intatta l’identità di Caffè Borbone e quell’idea di qualità, quotidianità e vicinanza alle persone al centro del nostro posizionamento”, prosegue David Draghi.

Caffè Borbone ha presentato in fiera l’evoluzione della propria offerta dedicata al Vending. Tra le novità più rilevanti, la nuova linea di capsule compatibili con Nespresso Professional, pensata per ampliare la presenza del marchio nei contesti workplace, hospitality e business environment, accanto alle capsule compatibili Lavazza Blue, uno dei sistemi più diffusi nel segmento. Grande attenzione è stata riservata all’offerta di caffè in grani, leva strategica per la distribuzione automatica, sviluppata per assicurare qualità in tazza, affidabilità e continuità di erogazione. In esposizione anche il nuovo caffè macinato, che segna il rilancio dell’azienda in un segmento chiave del mercato italiano, la gamma di bevande solubili compatibili Dolce Gusto®, le capsule compatibili Nespresso® in alluminio - recentemente premiate come Prodotto dell’Anno 2026 - e le nuove colorazioni delle macchine a cialde Bluemoon e Simplymoon.

Il bilancio, per Caffè Borbone, è dunque positivo. *“Venditalia 2026 si è rivelata non solo una vetrina per presentare l’offerta di prodotto, ma anche un’importante occasione di confronto con operatori, distributori e partner, utile per consolidare relazioni commerciali, aprire nuove opportunità di collaborazione e raccogliere indicazioni preziose sull’evoluzione del mercato. Torniamo da Rimini con riscontri incoraggianti e con la conferma di come il Vending, anche nel settore caffè, sia sempre più attento a soluzioni professionali, qualitative e in linea con l’evoluzione dei consumi”, conclude Draghi.*



Yoga Yotea

UNA NUOVA
ESPLOSIONE
DI FRESCHEZZA



Yoga Yotea, buono e dissetante,
preparati per soddisfare la sete di tutti,
in tanti pratici formati.
Ricette a base di infuso di tè nero indiano,
senza conservanti, senza coloranti

CAFFÈ MOLINARI S.P.A.



La partecipazione di Caffè Molinari a Venditalia 2026 ha rappresentato molto più di una semplice presenza fieraistica: dopo alcuni anni di assenza, il ritorno alla più importante manifestazione internazionale dedicata al Vending si è trasformato, per la torrefazione di Modena, in un'occasione di incontro, confronto e conferma della validità del percorso intrapreso nel segmento del caffè porzionato di alta qualità.

“Abbiamo registrato un'affluenza significativa di operatori professionali, gestori, distributori e partner commerciali provenienti dall'Italia e dall'estero – spiega il Channel Manager, Andrea Bergamini -. Un interesse che ha confermato quanto il mercato sia oggi alla ricerca di soluzioni capaci di coniugare innovazione, qualità e autenticità, valori che da sempre caratterizzano il nostro marchio”.

Particolare attenzione è stata riservata a Ritualis, il sistema proprietario sviluppato per offrire un'esperienza di consumo superiore, capace di valorizzare al massimo la qualità delle miscele. Le degustazioni effettuate durante la fiera hanno raccolto apprezzamenti estremamente positivi, sia per il profilo aromatico delle diverse referenze sia per la qualità dell'estrazione in tazza, elemento che ha suscitato curiosità e interesse tra gli operatori del settore.

“Uno degli aspetti che più ha colpito i visitatori riguarda, infatti, la filosofia progettuale alla base del nostro sistema – continua Andrea Bergamini -. In un mercato in cui spesso la cremosità e l'emulsione vengono ottenute attraverso l'impiego di dispositivi tecnici aggiuntivi o componenti plastici inseriti all'interno della capsula, Ritualis segue una strada differente: la crema che

si sviluppa in tazza nasce esclusivamente dalla qualità del caffè, dalla selezione accurata delle origini, dalla composizione delle miscele, dalla tostatura e dalla freschezza del prodotto. Non vi sono quindi emulsionatori supplementari in plastica o artifici destinati a modificare il risultato finale dell'estrazione: è il caffè stesso a generare naturalmente quella struttura, quella persistenza e quella consistenza che il consumatore ricerca in un espresso di qualità”.

“Questa scelta, frutto di una precisa visione industriale - puntualizza Caffè Molinari - è stata riconosciuta e apprezzata da numerosi professionisti che hanno visitato il nostro stand. Molti operatori hanno infatti evidenziato come l'approccio di Ritualis rappresenti un elemento distintivo in un contesto in cui autenticità, sostenibilità e trasparenza stanno assumendo un ruolo sempre più centrale nelle decisioni di acquisto.

Venditalia 2026 si è quindi rivelata un'importante occasione per riaffermare il valore del marchio Caffè Molinari e per consolidare relazioni con partner storici e nuovi interlocutori.

L'entusiasmo raccolto durante la manifestazione ci conferma che il mercato premia i progetti costruiti sulla qualità reale del prodotto e non sugli artifici.

Torniamo da questa esperienza con grande soddisfazione, con nuove opportunità di sviluppo e, soprattutto, con la consapevolezza che la strada intrapresa con Ritualis risponde concretamente alle esigenze di un Vending in evoluzione”.



CAFFÈ TOSCANO S.R.L.



“Lo staff dell’azienda Caffè Toscano desidera ringraziare tutti i clienti e i visitatori che hanno fatto tappa al nostro stand in occasione della prima edizione di Venditalia ospitata nella nuova sede di Rimini – commenta Marco Grillo, titolare della torrefazione livornese -. L’interesse dimostrato nei confronti della nostra azienda e dei nostri prodotti rappresenta per noi un importante riconoscimento. L’organizzazione della manifestazione è stata positiva: la fase di allestimento si è svolta senza criticità e abbiamo potuto usufruire dei servizi messi a disposizione da Rimini Fiera. Buona anche l’affluenza, soprattutto nei primi due giorni, mentre la nuova struttura si è dimostrata funzionale e adeguata a ospitare un evento di questo livello. Per questa edizione ci siamo presentati con uno stand completamente rinnovato, caratterizzato da un design essenziale ed elegante, espressione del percorso di rebranding avviato nel corso dell’anno”.

Tra le principali novità presentate figura il sistema Segni d'arte, con le nuove macchine da caffè Tecla disponibili in diverse colorazioni. Sempre per Segni d'Arte è stata lanciata anche la nuova linea Tirrena, una selezione di miscele di alta qualità studiata per valorizzare al meglio le caratteristiche dell'espresso Tirrenico.

Entrambe le novità hanno riscosso un notevole interesse da parte del pubblico.



Uno spazio dedicato dello stand ha ospitato inoltre il nuovo sistema 7Note, anch'esso caratterizzato dal nuovo design e accolto con grande interesse dai visitatori. Venditalia è stata anche l'occasione per presentare le nuove capsule compatibili Dolce Gusto. Dopo alcuni anni di assenza da questo segmento, Caffè Toscano ha

deciso di ampliare la sua offerta grazie a importanti investimenti. La gamma comprende già le capsule compatibili Nespresso e Lavazza A Modo Mio, confermando una proposta sempre più completa.

Infine, uno spazio è stato dedicato anche al brand Caffè Ichnusa, da sempre molto apprezzato, presentato nelle versioni compatibili Nespresso, Lavazza A Modo Mio, oltre che nelle varianti in grani e cialde.

“Torniamo da Rimini soddisfatti dei risultati ottenuti e dell’interesse raccolto, con la volontà di proseguire nel percorso di innovazione e con l’auspicio che la prossima edizione possa offrire nuove opportunità di crescita e confronto con il mercato”, conclude Marco Grillo.

CERES S.P.A.



Venditalia 2026 è stata per Ceres S.p.A. un prezioso momento di confronto con il mercato e un'opportunità per rafforzare il dialogo con clienti, operatori e stakeholder del settore. Questa edizione ha assunto per l'azienda un significato particolare, essendo la prima ospitata presso il quartiere fieristico di Rimini, e il bilancio dell'evento è estremamente positivo: registrate un'elevata partecipazione, un pubblico qualificato e un forte interesse verso le novità presentate.

Venditalia si è confermata una vetrina strategica per raccontare l'evoluzione del portafoglio di Ceres S.p.A. e condividere la sua visione sul futuro del beverage nel canale automatico.

All'interno dello stand particolare attenzione al mondo Lemon Soda, un brand che continua a registrare performance molto positive e che, con la sua gamma di referenze, rappresenta oggi la principale proposta dell'azienda per il canale Vending.

Tra le principali novità presentate in fiera spicca l'introduzione di Lemon Soda Spritz nel formato lattina standard 33 cl dedicato al canale automatico. Dopo il lancio negli altri canali distributivi in formato sleek e gli ottimi risultati ottenuti sul mercato, il prodotto entra ora a pieno titolo nell'offerta Ceres per il Vending.

Grande attenzione anche per la nuova visual identity della gamma zero zuccheri, che comprende Lemon Soda Zero, Oransoda Zero e Lemon Soda Twist: un restyling studiato per valorizzare il packaging e aumentarne l'impatto visivo.

Entrambi i lanci nascono da un'attenta analisi dei trend di mercato e da una chiara visione strategica orientata a intercettare le principali evoluzioni del settore beverage: da un lato la crescente domanda di referenze zero

zuccheri, dall'altro la sempre maggiore rilevanza del mondo dell'aperitivo analcolico.

"In questo contesto, oltre alle ottime performance di Lemon Soda Spritz, merita una menzione anche Lemon Soda Mojito, referenza storica della categoria, che negli ultimi cinque anni ha registrato una crescita significativa, quadruplicando i propri volumi di vendita. Un risultato che riflette l'evoluzione delle abitudini di consumo e che continuerà a guidare le nostre strategie di innovazione

– spiega la Vending Manager IT, Adriana Carone -. Per Ceres S.p.A., il Vending rappresenta inoltre un canale strategico e complementare agli altri, fondamentale per presidiare ogni occasione di consumo, garantendo capillarità distributiva e visibilità ai nostri brand. Diverse referenze del nostro portafoglio soft drink figurano stabilmente nella "Top 10" delle bevande gassate del Vending italiano, confermando l'apprezzamento dei consumatori e la capacità dei nostri marchi di interpretare le principali tendenze del mercato.

L'interesse raccolto durante Venditalia 2026 rafforza ulteriormente la nostra fiducia nelle potenzialità del settore, sul quale intendiamo continuare a investire con innovazione, qualità e una proposta sempre più vicina alle esigenze dei consumatori".



COGES S.P.A.



“Venditalia 2026 si è conclusa con un risultato che, per noi di Coges, è andato oltre le aspettative. Alla vigilia dell’evento guardavamo con interesse, ma anche con qualche dubbio, al trasferimento della manifestazione da Milano a Rimini. Era naturale chiedersi se la nuova location sarebbe riuscita a mantenere lo stesso richiamo, soprattutto verso i visitatori internazionali. Già dal primo giorno, tuttavia, abbiamo capito che il mercato avrebbe risposto positivamente. Se da alcuni Paesi europei tradizionalmente più vicini a Milano si è registrata una presenza leggermente inferiore, questo dato è stato compensato dall’arrivo di nuovi visitatori sia italiani, sia provenienti da altri mercati esteri. Il risultato è stato un’affluenza elevata e costante per tutta la durata della fiera, con un livello di partecipazione che ha superato le nostre previsioni iniziali”, commenta Daniele Ioriatti, Global Sales Manager.

Lo stand Coges e Vendon ha registrato un forte afflusso. In particolare, i visitatori hanno mostrato grande attenzione per il tema dell’integrazione tra sistemi di pagamento, telemetria e piattaforme gestionali, una delle principali sfide per il futuro del Vending. Le dimostrazioni dedicate a Vendon Cloud hanno confermato come il mercato sia sempre più orientato verso ecosistemi capaci di semplificare le operazioni e offrire una visione unificata dei dati.

Osservando l’offerta complessiva della fiera, è emersa con chiarezza una forte crescita delle proposte legate



ai pagamenti con carta di credito, ai sistemi contactless aperti e alle piattaforme di telemetria. Una tendenza che riflette senza dubbio l’evoluzione del mercato e l’interesse crescente dei gestori verso strumenti digitali e servizi basati sui dati. *“Riteniamo, però, che questo scenario non debba portare a sottovalutare il ruolo che il contante continua ad avere nel Vending – puntualizza Daniele Ioriatti - In molti contesti rappre-*

senta ancora una modalità di pagamento importante e apprezzata dagli utenti. Lo stesso vale per i sistemi cashless a circuito chiuso come MyKey, che continuano a offrire vantaggi concreti in termini di fidelizzazione, semplicità di utilizzo e controllo delle transazioni. Per questo crediamo che il futuro non appartenga a una singola tecnologia, ma alla capacità di integrare soluzioni diverse all’interno di un ecosistema coerente. Investire nelle innovazioni più recenti è fondamentale, così come lo è mantenere una gamma completa di sistemi di pagamento e connettività. Solo in questo modo è possibile offrire agli utenti finali il più ampio ventaglio di opzioni, consentendo ai gestori di soddisfare esigenze differenti e cogliere ogni opportunità di vendita. Venditalia 2026 ha confermato che il settore continua a evolversi rapidamente. Allo stesso tempo, ha dimostrato che l’innovazione più efficace non consiste nel sostituire ciò che esiste, ma nel far convivere nuove tecnologie e soluzioni consolidate in un sistema semplice, flessibile e realmente orientato alle esigenze del mercato”.

CONSERVE ITALIA SOC. COOP. AGRICOLA



“Il Vending è oggi uno degli spazi più dinamici del consumo fuoricasa: un canale che ci permette di intercettare nuove occasioni e di parlare a un pubblico ampio, con esigenze sempre più diversificate. La nostra presenza a Venditalia 2026 va proprio in questa direzione, con l’obiettivo di portare valore attraverso marchi distintivi e un’offerta in continua evoluzione”. Le parole di Gabriele Angeli, direttore marketing Horeca di Conserve Italia, sintetizzano il senso della partecipazione del Gruppo a Venditalia 2026 a Rimini.

Conserve Italia si è presentata in Romagna forte di una leadership consolidata nei succhi di frutta, costruita nel tempo grazie a investimenti continui nello sviluppo dell’offerta e nella distribuzione. Un risultato che trova conferma anche nei numeri: oggi due brik su tre presenti nei distributori automatici italiani fanno capo al Gruppo, a testimonianza della forza dei suoi marchi storici e della capillarità raggiunta nel canale. Questa posizione trova in Yoga il suo principale punto di forza: un brand iconico, capace di evolversi mantenendo intatta la propria riconoscibilità e il legame con il consumatore. Accanto a Yoga, l’offerta comprende Derby Blue e Valfrutta, dando vita a un portafoglio ampio e distintivo, progettato per rispondere alle esigenze di un pubblico sempre più dinamico. Dai formati PET per il consumo on the go alle soluzioni in Tetraprisma, fino alle proposte a basso contenuto di zuccheri e alle referenze biologiche, l’assortimento è pensato per coniugare qualità, varietà e praticità.

Una gamma completa, sviluppata per supportare gli operatori e migliorare le performance di rotazione nei distributori. La partecipazione a Venditalia è diventata così l’occasione per raccontare un percorso che va oltre il singolo prodotto: un progetto di sviluppo orientato a rafforzare la presenza nel canale, facendo leva su innovazione e distintività. Un approccio che mette al centro le esigenze degli operatori e quelle di un consumatore sem-

pre più attento, informato e in movimento.

“Essere presenti a Venditalia significa consolidare il percorso che abbiamo intrapreso e continuare a crescere in un contesto in rapido cambiamento - conclude Riccardo Macioce, Direttore vendite Italia Horeca e Vending di Conserve Italia -. Il Vending non è più solo un punto di accesso rapido ma un luogo di scelta, capace di accompagnare momenti diversi della giornata. Il nostro obiettivo è ampliare ulteriormente la penetrazione e aumentare la rotazione, facendo leva sull’innovazione di prodotto e sulla distintività dei nostri marchi”.



AUTOMATIC PLEASURE



DAL DRAFT ALLA REALTÀ:
IL FUTURO DEL VENDING È GIÀ QUI



GUADAGNI AUTOMATICI,
RISULTATI CONCRETI
OGNI GIORNO.

dfitalia.com

COVIM S.P.A.



Covim conclude Venditalia 2026 con un bilancio estremamente positivo. La prima edizione ospitata alla Fiera di Rimini ha confermato la capacità della manifestazione di restare il

principale punto di riferimento per la Distribuzione Automatica e, allo stesso tempo, di aprire una fase nuova. La location ha offerto spazi più ampi, un percorso espositivo più fruibile e un contesto favorevole all'incontro tra aziende, gestori, rivenditori e operatori internazionali.

Per Covim, che ha sempre creduto in Venditalia e ha accompagnato la manifestazione fin dalla prima edizione del 1998 a Genova, la trasferta riminese si è rivelata un successo oltre le aspettative. Le presenze allo stand sono state molto elevate per tutti i giorni di fiera e hanno confermato la solidità del rapporto costruito negli anni dalla torrefazione genovese con il mondo del Vending.

La grande novità di questa edizione è stata il nuovo concept dello stand Covim, pensato per la prima volta non solo come spazio espositivo aziendale, ma come vero e proprio hub di presenze. Lo stand, appositamente ampliato, ha accolto i principali rivenditori Covim attivi sul territorio, offrendo loro la possibilità di ricevere clienti, incontrare partner e sviluppare nuove opportunità commerciali in un ambiente condiviso e fortemente identitario. Una scelta che ha valorizzato non solo il brand, ma anche la rete commerciale che ogni giorno porta i prodotti dell'azienda sul mercato.

Sul piano dell'offerta, Venditalia è stata l'occasione per presentare in modo organico le soluzioni sviluppate da Covim per la Distribuzione Automatica e per l'OCS. Tra i protagonisti dello stand, il sistema proprietario Superba, con capsula brevettata e macchine dedicate, pensato per garantire praticità d'uso, qualità riconoscibile e continu-

ità della resa in tazza. La gamma ha confermato la propria ampiezza, con miscele, monorigini come Honduras ed Etiopia, bevande complementari solubili e una selezione di tè in foglia.

Grande attenzione anche alle miscele in grani dedicate al Vending tradizionale, tra cui Orocrema, Granbar e Prestige, tutte certificate DTP 114. Per i gestori, questa certificazione rappresenta un elemento concreto di affidabilità, perché è legata alla qualità funzionale del prodotto nelle condizioni operative reali dei distributori automatici. A completare il quadro, la monorigine Honduras, certificata biologica e Rainforest Alliance, conferma l'impegno di Covim verso una filiera del caffè sempre più attenta alla sostenibilità.

"Venditalia 2026 ha confermato per Covim la centralità del Vending e il valore di una presenza costruita su prodotti, relazioni e continuità – commenta la vice presidente, Paola Macoggi - . Rimini ha dato nuova energia alla manifestazione e lo stand Covim ha dimostrato come una fiera possa diventare non solo una vetrina di prodotto, ma anche una piattaforma concreta di lavoro per tutta la rete commerciale".



CULLIGAN ITALIA S.P.A.



“Rimini ha sorpreso tutti. Non solo ha eguagliato Milano, ma ha addirittura superato le aspettative, dimostrandosi una cornice perfetta per esplorare le ultime frontiere del mercato del Vending e della filtrazione dell’acqua”. Così il Team di Culligan di ritorno dal Venditalia 2026, che poi aggiunge: “Sono state giornate intense, con uno stand sempre animato da clienti e amici che hanno mostrato grande interesse per le novità presentate. Il nostro

bilancio è decisamente positivo e potremmo riassumerlo in poche parole: stanchi ma pienamente soddisfatti”.

Culligan è presente in Italia dal 1962 e il 2026 è anche l’anno del 90° anniversario dalla fondazione di Culligan International. L’azienda ha sviluppato un team commerciale dedicato alle società del Vending e ai dealer, offrendo soluzioni flessibili sia in vendita, sia a noleggio, con una gamma completa di prodotti e servizi per il mercato dell’acqua di rete o in boccioni.

Grazie a sei stabilimenti di imbottigliamento distribuiti sul territorio nazionale, Culligan produce boccioni da 12, 18 e 18,9 litri, garantendo consegne personalizzate e una copertura capillare su tutto il territorio. La proposta si completa con diversi modelli di erogatori a boccione, pensati per rispondere a differenti esigenze di utilizzo.

Tra le soluzioni più apprezzate, l’erogatore a boccione Culligan CB Premium progettato da Italdesign. Realizzato con materiali riciclabili, si distingue per superfici antigraffio e un’esclusiva texture ispirata alla natura. Disponibile in bianco e nero, offre due configurazioni di temperatura e componenti facilmente removibili. Le ruote integrate facilitano lo spostamento, mentre l’ampia area di erogazione (255 mm) consente il riempimento



di borracce e l’utilizzo di bicchieri in carta o compostabili, contribuendo a pratiche più sostenibili negli ambienti di lavoro.

Ma la vera sorpresa di Venditalia 2026 è stata la presentazione di Culligan Purity, il nuovo erogatore collegato alla rete idrica che racchiude le tecnologie più avanzate dell’azienda. Dal design distintivo ed elegante, integra la tecnologia Firewall® UVC (capace di ridurre fino al 99,9999% di batteri e virus) e un sistema di filtrazione multistadio che riduce PFAS, microplastiche e altri contaminanti emergenti.

Il cuore intelligente del sistema è il monitoraggio C-Sense®, che controlla costantemente la qualità dell’acqua, lo stato dei filtri e le prestazioni complessive, fornendo dati in tempo reale. L’offerta di erogazioni è ampia: acqua a temperatura ambiente, fredda, calda, extra calda, leggermente frizzante e frizzante. Un touchscreen intuitivo e un’interfaccia user-friendly rendono l’esperienza d’uso semplice e veloce.

In linea con gli obiettivi di sostenibilità aziendale, il sistema include un contatore delle bottiglie di plastica risparmiate e filtri che richiedono la sostituzione della sola cartuccia interna, riducendo gli sprechi. La gamma è disponibile in tre versioni: Essential, Advanced e Prime.

“In un mercato che evolve a ritmi sempre più rapidi, essere leader significa ascoltare con attenzione le esigenze dei propri clienti – conclude il Team Culligan –. Anche quest’anno Venditalia ci ha offerto un’importante occasione di confronto, permettendoci di raccogliere idee, suggerimenti e spunti preziosi per continuare a crescere nella direzione giusta”.

DF ITALIA S.R.L.



Commenta Diego Ferronato, amministratore di DF Italia. *“La partecipazione a Venditalia 2026 ha rappresentato per DF ITALIA un momento particolarmente significativo. Il ritorno dell'azienda alla principale manifestazione internazionale dedicata al Vending è coinciso con una fase di forte evoluzione del mercato, sempre più orientato verso soluzioni innovative e nuovi modelli di Distribuzione Automatica che vanno oltre il Vending tradizionale. L'evento ci ha permesso di confrontarci direttamente con gestori e operatori del settore, raccogliendo indicazioni concrete sulle esigenze del mercato e sull'evoluzione dell'extra vending. Particolarmente apprezzata è stata inoltre la crescente internazionalizzazione della manifestazione. La presenza di visitatori provenienti da numerosi Paesi ha contribuito a rafforzare il profilo internazionale di Venditalia, favorendo nuove opportunità di incontro e di sviluppo commerciale. Per quanto riguarda la nuova sede di Rimini, abbiamo riscontrato aspetti molto positivi, a partire dall'ampia disponibilità di strutture ricettive in grado di soddisfare esigenze differenti. Permangono tuttavia alcune criticità legate ai collegamenti internazionali: per molti visitatori provenienti dall'estero, la gestione degli spostamenti dall'aeroporto di Bologna, attualmente lo scalo internazionale più vicino, ha rappresentato un elemento di complessità organizzativa. Nel complesso, riteniamo comunque che questa prima edizione a Rimini abbia fornito indicazioni positive e interessanti prospettive di crescita per il futuro della manifestazione”.*

La principale novità dello stand di DF ITALIA è stata il debutto di due nuovi distributori automatici dal formato compatto, D-Fresh S e D-Frozen S, progettati specifi-



camente per integrarsi in contesti aziendali e commerciali di stampo classico. I nuovi modelli condensano in un formato compatto l'esperienza maturata da DF ITALIA nell'extra vending, offrendo affidabilità, precisione nella gestione delle temperature e tecnologie avanzate anche per le applicazioni più tradizionali.

Accanto a queste novità, DF ITALIA ha presentato anche le soluzioni consolidate per l'extra Vending, che continuano a rappresentare il cuore

dell'offerta aziendale. Lo stand ha infatti registrato un forte interesse per i distributori dedicati a comparti merceologici specifici e ad alto valore aggiunto. I visitatori hanno potuto apprezzare l'affidabilità delle tecnologie sviluppate da DF ITALIA per la gestione della catena del freddo applicata a prodotti delicati come vino, carne, gelati, torte e fiori. Si tratta di segmenti che richiedono elevati standard di conservazione e logistica e che continuano a rappresentare uno degli elementi distintivi dell'offerta aziendale.

“Il riscontro ottenuto durante Venditalia 2026 ha confermato la validità della strategia intrapresa – conclude Diego Ferronato -. L'affluenza allo stand è stata costante per tutta la durata della manifestazione, con un interesse trasversale sia verso i nuovi distributori destinati al Vending tradizionale, sia verso le soluzioni extra Vending. In particolare, grande attenzione è stata riservata ai progetti legati agli shop automatici aperti 24 ore su 24, alle strutture modulari e ai sistemi locker per la “spesa pronta”, a conferma di una domanda crescente di format di vendita sempre più flessibili, autonomi e tecnologicamente avanzati”.

Capsulette



caffè in capsule? bevilo buono!

Macchina a capsule compatibile con capsule Nespresso® Original.*

Nespresso® è un marchio registrato di proprietà di Société des Produits Nestlé S.A.

Didiesse S.r.l. è un produttore indipendente e non è affiliata, sponsorizzata né autorizzata da Société des Produits Nestlé S.A.

didiesse

info@didiesse srl.eu
www.didiesse srl.eu

DIDIESSÉ S.R.L.



L'esperienza di Didiessé a Venditalia 2026 si è chiusa con risultati molto positivi. Per l'azienda partenopea l'evento è stata non solo un'importante vetrina per presentare le ultime novità e per confrontarsi con operatori italiani e internazionali.

Fondata nel 2001, Didiessé ha consolidato una forte identità nel mondo del caffè grazie a un approccio che combina qualità, design e sostenibilità. Dalla storica Frog alle soluzioni più recenti per uso domestico e professionale, l'azienda ha trasformato il sistema a cialda in simbolo di praticità e cultura del buon caffè, mantenendo un legame profondo con la tradizione napoletana dell'espresso.

Secondo l'azienda, la nuova location della fiera ha rappresentato una scommessa vinta. Spazi espositivi, organizzazione e affluenza hanno creato un contesto dinamico e stimolante, favorendo incontri con nuovi partner commerciali, distributori e operatori internazionali. Le giornate della manifestazione hanno registrato grande interesse verso le novità presentate da Didiessé, confermando la crescente attenzione del mercato verso soluzioni innovative e personalizzabili.

Tra i prodotti in esposizione, Capsulette ha catturato l'attenzione del pubblico. La nuova macchina, sviluppata da Didiessé, risponde alle esigenze di un mercato sempre più orientato a sistemi pratici, intuitivi e capaci di coniu-

gare design e personalizzazione. Capsulette trasforma la pausa caffè in un momento di aggregazione e condivisione, riportando il caffè al centro della quotidianità, come accadeva un tempo con la moka nelle case e negli uffici italiani.

Dal punto di vista tecnico, Capsulette è compatibile con il sistema di capsule Nespresso® ORIGINAL, strategia che permette all'azienda di ampliare la propria presenza sul mercato estero. Integra inoltre funzioni smart, come la selezione della lunghezza del caffè e lo stand-by automatico, garantendo praticità ed efficienza energetica.

Il concept estetico, caratterizzato da un linguaggio pop e contemporaneo, è stato particolarmente apprezzato. La macchina offre mascherine intercambiabili e frasi incluse nella confezione, trasformando il prodotto in un elemento di comunicazione e stile. In futuro, tramite il sito ufficiale Didiessé, sarà possibile acquistare mascherine personalizzate, creando configurazioni su misura.

Oltre a Capsulette, sono state presentate altre due novità per l'Horeca: Twin Plus, versione aggiornata della storica Twin con sistema vapore ottimizzato, e BarSide, macchina a due gruppi dalle dimensioni compatte, ideale per bar, B&B e spazi professionali ridotti, oltre che per uffici e abitazioni.

La partecipazione a Venditalia 2026 ha rafforzato l'impegno di Didiessé nei mercati esteri. La compatibilità con il sistema Nespresso® rappresenta, infatti, un vantaggio strategico per l'export, in particolare in Europa. Didiessé lascia la fiera con una consapevolezza internazionale ancora più solida, ringraziando partner e operatori che hanno visitato lo stand. L'azienda conferma così la volontà di continuare a investire in innovazione, design e cultura del caffè, portando l'eccellenza dell'espresso italiano su scala globale.



DISPENSA ZANIBONI S.R.L.



Lo stand di Dispensa Zaniboni ha registrato una grande affluenza di visitatori. Numerosi gestori e molti clienti storici hanno voluto incontrare il team commerciale per conoscere le novità presentate e approfondire le opportunità offerte dai nuovi prodotti destinati al Vending.

Tra le principali attrazioni, particolare interesse ha suscitato l'ingresso di Haribo nella Distribuzione Automatica attraverso l'esperienza e la consolidata presenza sul mercato di Dispensa Zaniboni. Haribo, leader mondiale nel settore delle caramelle gommose, ha già ottenuto risultati molto significativi nel canale Shop24 e punta ora a sviluppare ulteriormente la propria presenza nel Vending con una gamma specificamente studiata. Il progetto prevede confezioni e pezzature tese ad ottimizzare gli spazi dei distributori automatici, con un posizionamento di prezzo accessibile al consumo.

Ottimi riscontri sono arrivati anche per le novità della linea Zaniboni. Tra queste spicca il brownie, che negli ultimi anni si è affermato come uno dei prodotti più apprezzati e venduti nel Vending, confermando il crescente interesse dei consumatori per snack golosi e di qualità.

Interesse e curiosità hanno inoltre accompagnato la presentazione del nuovo waffle Yoohoo Double Choc, che amplia ulteriormente l'assortimento di una delle referenze di maggior successo dell'azienda parmense. La nuova variante è stata accolta con favore dagli operatori, che ne hanno apprezzato il potenziale commerciale e la capacità di arricchire una categoria già molto performante.



Molto positiva anche la risposta alla nuova proposta di insalate pronte. In particolare, il nuovo formato più compatto è stato sviluppato per adattarsi meglio alle spirali dei distributori automatici, migliorando la gestione degli spazi e facilitando l'inserimento di piatti pronti all'interno dell'offerta vending.

Negli ultimi anni Dispensa Zaniboni ha progressivamente ampliato la propria presenza nel Vending, prima consolidando la copertura del mercato nazionale e successivamente sviluppando relazioni commerciali in diversi Paesi europei. Per questo, uno degli obiettivi principali della partecipazione a Venditalia è stato

rappresentato dalla possibilità di entrare in contatto con nuovi operatori internazionali, in particolare provenienti da Francia, Germania, Spagna e dai Paesi dell'Europa orientale.

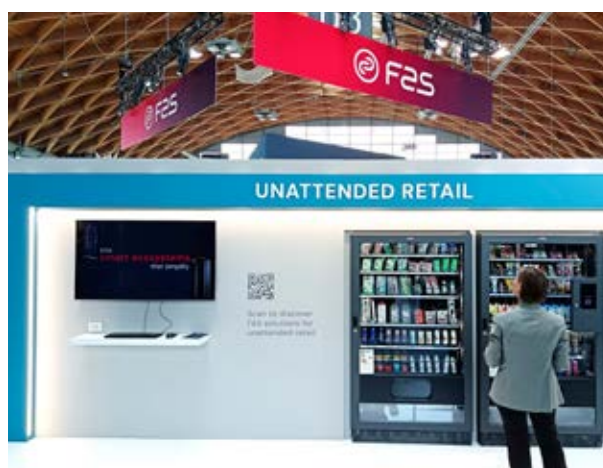
“La scelta di Rimini come sede della manifestazione ha suscitato qualche perplessità negli operatori ma noi crediamo che ci siano importanti opportunità di sviluppo – spiegano Luca e Nicola Zaniboni -. Le dimensioni della fiera, la capacità ricettiva della città romagnola e la competenza del team organizzatore consentono di guardare con fiducia al futuro dell'evento.

L'Italia resta il principale punto di riferimento mondiale per la Distribuzione Automatica e Venditalia deve ambire a diventare il centro propulsore di questa leadership. Sarà sempre più importante rafforzarne la dimensione internazionale, aumentando la presenza di operatori esteri e consolidando il ruolo di Venditalia come piattaforma globale di incontro, innovazione e sviluppo”.

FAS INTERNATIONAL S.P.A.



Esperienza positiva a Venditalia 2026 per FAS International. La novità principale presentata è stata Retail Tech Suite, un ambiente multi applicazione che consente di gestire e configurare le macchine, utilizzare la telemetria, visualizzare e analizzare i dati di vendita e gestire i processi di rifornimento e manutenzione. La nuova infrastruttura di FAS si configura anche come uno strumento di analisi dati alimentato da molteplici fonti eterogenee, che consente di raccogliere, integrare e organizzare le informazioni in modo coerente e storicizzato. Retail Tech Suite inoltre ospita il nuovo FAS Cloud, lo strumento di configurazione e controllo remoto delle macchine FAS, rinnovato sia nella grafica che nella funzionalità, che consente, in modo più intuitivo e potente, di monitorare, configurare e gestire da remoto l'intero parco macchine con un'interfaccia semplice e immediata. Presenti a Venditalia anche altre due realtà del Gruppo FAS: Alturas, software house specializzata in piattaforme gestionali avanzate, e Vendix, brand che si propone come solution center per l'automazione delle vendite nei settori farmacie e tabacchi. "Il nostro approccio omnichannel ha ricevuto riscontri positivi in tutte le sue declinazioni – dichiara l'AD Francesco Cantini –. Nella ristorazione il prodotto più apprezzato è stato Easy Food, un distributore basato sul concetto di "automatic canteen", che consente di scegliere, prenotare e ritirare il pasto in azienda con un clic. Nel retail è andata molto bene Easy Retail, una soluzione adatta a contesti extravending e basata sul concetto di "unat-

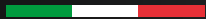


tended retail", in quanto consente di prenotare il prodotto dalla webapp e di ritirarlo dal locker senza code né attese. Nel Vending classico infine sono andati bene due distributori dal design rinnovato: la nuova Skudo per la gamma del "freddo" e Lydia Plus per quella del "caldo", dotati entrambi di una piattaforma digitale FAS integrata con Retail Tech Suite e FAS Cloud".

"In generale – osserva Cantini – c'è stata grande attenzione per le macchine cashless, a riprova del fatto che il mercato è sempre più orientato a soluzioni di Retail Tech puro, ovvero modelli connessi, compatibili e integrabili con sistemi evoluti come quelli di pagamento digitale".

Approvata anche la fiera. "Nel complesso siamo soddisfatti – conclude Cantini –. Anzi, possiamo dire che questa edizione di Venditalia ha superato le nostre aspettative, che erano piuttosto prudenti sia per il cambio di location, che rappresenta sempre un'incognita, sia per l'incertezza dell'attuale contesto geopolitico, che avrebbe potuto penalizzare l'affluenza e l'interesse dei visitatori.

Il nostro stand ha ricevuto molte visite fin dal primo giorno, sia da parte di operatori che conoscevano già, sia di nuovi interlocutori, confermando che Venditalia rappresenta un evento di grande richiamo e che il nostro gruppo si riconferma come un leader di grande rilievo nel settore del retail automatico".



100% MADE IN ITALY



SPINEL

ESPRESSO COFFEE MACHINES

sembra una Moka
ma è **Mokarom**

BRAND NEW



spinel.it

FORNO DAMIANI (EUROSNACK S.R.L.)



“Non potevamo mancare ad un appuntamento così importante come il Venditalia – commenta il Direttore Generale di Eurosnack, dottor Nicola Centra -. A dir la verità c’era un po’ di scetticismo nella scelta inaspettata di spostare la manifestazione da Milano a Rimini, ma i risultati in merito all’affluenza sono stati decisamente positivi. Ed è quello che conta. Anche in questa

occasione abbiamo accolto, presso il nostro stand, sia i nostri clienti storici, sia quelli nuovi che si affacciano adesso al business del Vending. Ancora una volta tutti hanno apprezzano la profondità della nostra gamma di prodotti e abbiamo ricevuto i complimenti per la nostra alta specializzazione nelle referenze che nascono apposta per la Distribuzione Automatica. Infatti, quest’anno abbiamo festeggiato il trentennale dei “Prodotti Forno Damiani” sempre presenti nel Vending. Per tutta l’azienda è stata una grande soddisfazione”.

Forno Damiani (Eurosnack) ha affiancato suoi tradizio-

nali best-seller – le croccantelle e le schiacciatine delle linee tradizione, classica e premium – l’ormai affermata linea Biologica “Premium” con il brand Biosnack: Le Schiacciatelle, arricchite da Curcuma e Zenzero e con stuzzicanti semi di Zucca e Girasole, “I Semi della Salute”, dal sapore unico e adatte alla dieta vegana e Halal e con una forte impronta salutistica; i Taralli ai Cereali con Farro e Grano Saraceno “Fonte di Fibre”, arricchiti dai Semi di Lino e Finocchio, “I Semi della Salute”, che conferiscono al prodotto una gradevolezza straordinaria e un sapore originale e stuzzicante. Il tutto senza vino (no Solfiti) e senza lievito (certificati iVegan e Halal) e con una forte impronta salutistica: “...e fa pure bene!”.

Forno Damiani sta portando avanti un importante ampliamento del suo stabilimento e delle linee produttive che permetterà alla storica azienda con sede ad Anzio di far crescere ulteriormente la propria capacità di servizio verso tutti i mercati in cui opera.



GHEZ S.R.L.



A Venditalia 2026, Ghez si è presentata come partner strategico per i produttori di macchine del Vending, del caffè e per il settore professionale. Il cuore dell'offerta Ghez è un catalogo completo e versatile: elettrovalvole a 2 e 3 vie, manifold e componenti progettati per adattarsi perfettamente alle diverse applicazioni. Soluzioni pensate per garantire prestazioni elevate, affidabilità nel tempo e massima compatibilità e intercambiabilità, con un eccellente rapporto qualità/ prezzo, una produzione interamente italiana e l'impiego di tecnologie produttive di ultima generazione con forte attenzione alla sostenibilità (utilizzo di emulsionanti non inquinanti e riduzione delle materie plastiche).

A Rimini esposti i nuovi nuclei e i manifold realizzati con materiali plastici, in linea con le normative più stringenti.

GI.PLASTIC GROUP S.R.L.



“La scelta di trasferire Venditalia 2026 a Rimini ci è sembrata positiva sotto diversi aspetti – afferma Giorgia Emanuele della direzione della Gi.Plastic Group -. Il polo fieristico di Rimini offre vantaggi concreti in termini di accessibilità, disponibilità alberghiera e costi competitivi per espositori e visitatori, oltre a una buona organizzazione. Abbiamo riscontrato una forte vocazione internazionale, elementi importanti per aziende come la nostra che operano nel comparto delle palettine e dei materiali di consumo per il Vending. Inoltre, abbiamo constatato un interesse qualificato da parte dei visitatori e la presenza

di operatori provenienti da diversi mercati esteri, creando per la nostra azienda opportunità concrete di sviluppo commerciale”.

Oggi una paletta non è più soltanto un accessorio: è parte integrante dell'esperienza di consumo e contribuisce alla percezione che il cliente finale ha del distributore automatico. Le richieste di materiali sostenibili, certificazioni ambientali e soluzioni innovative stanno aumentando e rappresentano una leva competitiva sempre più importante anche per GI. Plastic Group.

“Paradossalmente – conclude Giorgia Emanuele - al Venditalia 2026 si è parlato molto di macchine intelligenti, pagamenti digitali e intelligenza artificiale, ma spesso il consumatore finale continua a giudi-

care il servizio attraverso dettagli molto concreti: il gusto del caffè, la qualità del bicchiere e la palettina che utilizza. Per questo motivo, anche i componenti più semplici della filiera stanno assumendo un valore strategico. Venditalia 2026 è stata l'occasione per ricordare che l'innovazione non riguarda soltanto la tecnologia visibile, ma l'intera esperienza di consumo”.

GPE VENDORS S.R.L.



“Il team GPE rientra dalla fiera Venditalia stanco ma estremamente soddisfatto – commenta Alessio Peroni, Amministratore Delegato -. La nuova location e un’importante affluenza, anche straniera, hanno superato di gran lunga ogni nostra più rosea aspettativa dato il contesto internazionale molto complesso. Tre giorni intensi in cui abbiamo avuto la possibilità di consolidare le relazioni esistenti con partner nazionali ed internazionali, di incontrare tanti potenziali nuovi clienti e di confrontarci con concorrenti/amici traendo spunti davvero molto interessanti e stimolanti per progetti futuri. Adoriamo avere l’opportunità di riunire la famiglia GPE ed ascoltare il pensiero dei nostri rivenditori che, provenendo da tutte le parti del mondo, ci offrono uno spaccato di mercati molto diversi tra loro e ci permettono di scambiare idee ed opinioni, di conoscere e di conoscersi sempre più e sempre meglio. Possiamo, senza ombra di dubbio, definire questa edizione per noi un successo davvero senza precedenti”. Grande interesse ha riscosso la nuova app GPE Service - scaricabile gratuitamente dai principali digital stores

in uso - e il nuovo GPE TOTEM in entrambe le versioni (monitor esterno oppure inserito in batteria).

GPE Service App è un’app pensata per il gestore, quindi un’app di telemetria che consente di controllare, gestire e intervenire sulla macchina comodamente da remoto.

GPE Totem è un monitor 27” che può comandare più macchine Slave (da un minimo di 2 ad un massimo di 9) consentendo la selezione/vendita in maniera molto semplice ed intuitiva.

“Intenso, vivace ed entusiasmante anche il post-fiera - conclude Alessio Peroni -. Dal recuperare contatti fornendo informazioni più dettagliate, al valutare richieste ed evadere ordini ricevuti in fiera, quest’onda positiva non si è ancora fermata. Dopo un tale riscontro, importante conferma della bontà del lavoro fatto fino ad oggi, non vediamo l’ora di tornare a Venditalia fra due anni con il nostro validissimo staff, il nostro valore aggiunto di cui andiamo molto orgogliosi e tanti nuovi membri all’interno della crescente famiglia GPE”.



PROGETTATI PER DISTRIBUIRE L'ACQUA



Tecnologia solida. Prestazioni affidabili. Gestione efficiente.

 **italbedis®**

INTRAPAN S.R.L.



Si è conclusa con un bilancio positivo la partecipazione di Intrapan a Venditalia 2026.

Per l'azienda, punto di riferimento nella produzione di snack di alta qualità, la kermesse romagnola si è confermata una vetrina eccezionale e un catalizzatore di nuove opportunità di business. Il grande entusiasmo e la costante affluenza

allo stand hanno superato le più rosee aspettative, segnando un punto di svolta nelle strategie di espansione del brand.

L'atmosfera allo stand è stata vibrante per tutta la durata della manifestazione, trasformando lo spazio espositivo in un punto di ritrovo obbligato per operatori, buyer e visitatori curiosi di scoprire le novità. *“Avevamo ogni giorno lo stand pieno - dichiara, con orgoglio, Greta Mandarini, Amministratrice Delegata di Intrapan - con moltissime persone arrivate per assaggiare le nostre proposte. La risposta del pubblico è stata immediata, ma ciò che ci rende ancora più fieri è l'onda lunga di questo successo: a distanza di un mese dall'evento, stiamo ancora ricevendo numerose richieste e questo ci riempie di gioia. Il legame tra Intrapan e il canale automatico si fa sempre più stretto e sinergico. La fiera ha dimostrato come la qualità senza compromessi possa sposarsi perfettamente con le esigenze di un consumatore moderno, dinamico e attento a ciò che mangia nelle sue pause quotidiane.*

Grazie al Vending, i nostri panini e tramezzini farciti a mano possono essere assaggiati e conosciuti ai più, portando l'eccellenza e la cura della nostra produzione a quanti più consumatori possibili”.

Grande curiosità e apprezzamento sono stati riservati alle ricette stagionali, pensate per rinnovare costantemente l'offerta e seguire le tendenze di consumo. Tra le proposte di maggior successo si è distinta la linea Punta-rella, un tramezzino molto richiesto grazie all'importante assortimento di gusti e alle varianti con il pane integrale. Il nome di questo iconico prodotto deriva direttamente dalle sue caratteristiche uniche: il taglio obliquo, la farcitura abbondante e la tipica forma a punta che facilita il morso e soddisfa i palati più golosi. Esteticamente molto bello da vedere grazie alla sua presentazione a spirale, questo prodotto sintetizza perfettamente l'unione tra impatto visivo e ricchezza del gusto.

Il vero protagonista dello stand è stato però l'innovativo tramezzino dolce, una speciale referenza presentata come Limited Edition che rimarrà presente in assortimento fino alla fine dell'anno, offrendo un'alternativa sfiziosa e originale.

“I dati raccolti e il feedback degli operatori non lasciano dubbi - conclude Greta Mandarini -. La Distribuzione Automatica non è più solo una questione di comodità, ma una scelta orientata alla varietà e alla freschezza. Per Intrapan, il Vending si dimostra un settore in crescita e in movimento, capace di valorizzare prodotti premium e di rispondere con prontezza alle sfide di un mercato in costante evoluzione. Forte dei risultati di Rimini, l'azienda guarda al futuro con ottimismo, pronta a stringere nuove collaborazioni e a consolidare la sua leadership”.

ITALBEDIS S.R.L.



Venditalia 2026 ha rappresentato per Italbedis un'importante occasione di confronto con il mercato e ha confermato un'evoluzione ormai evidente: l'acqua è sempre più protagonista nei nuovi modelli di consumo. Negli ambienti di lavoro, negli spazi condivisi e nei contesti professionali cresce la richiesta di soluzioni capaci di garantire qualità, sostenibilità, affidabilità e semplicità di gestione, trasformando l'erogazione dell'acqua in un servizio sempre più integrato nell'esperienza quotidiana.

La prima edizione della manifestazione ospitata a Rimini ha rappresentato un'importante occasione di confronto con il mercato. La partecipazione di operatori italiani e internazionali ha favorito il dialogo con clienti, partner e professionisti del settore, offrendo l'opportunità di sviluppare nuove prospettive di collaborazione.

Per Italbedis la fiera è stata anche l'occasione per raccontare una visione che accompagna l'azienda fin dalla sua fondazione: valorizzare l'acqua di rete attraverso tecnologie progettate e realizzate in Italia, dove ricerca, progettazione, produzione e controllo qualitativo fanno parte di un unico processo industriale. Un approccio che permette di sviluppare apparecchiature affidabili ed efficienti.

Tra le novità presentate, particolare attenzione è stata dedicata all'evoluzione della linea H2Office, sviluppata per offrire configurazioni sempre più mirate alle diverse necessità del mercato. Dalla versione H2Office Pure, dotata di soluzioni dedicate anche alla qualità dell'aria, alla H2Office Touch e alla H2Office

Vending, progettate per integrare funzionalità avanzate, interfacce intuitive e sistemi dedicati alla gestione pagamenti del servizio, fino alla H2Office Easy, pensata per installazioni in ambienti professionali più contenuti.

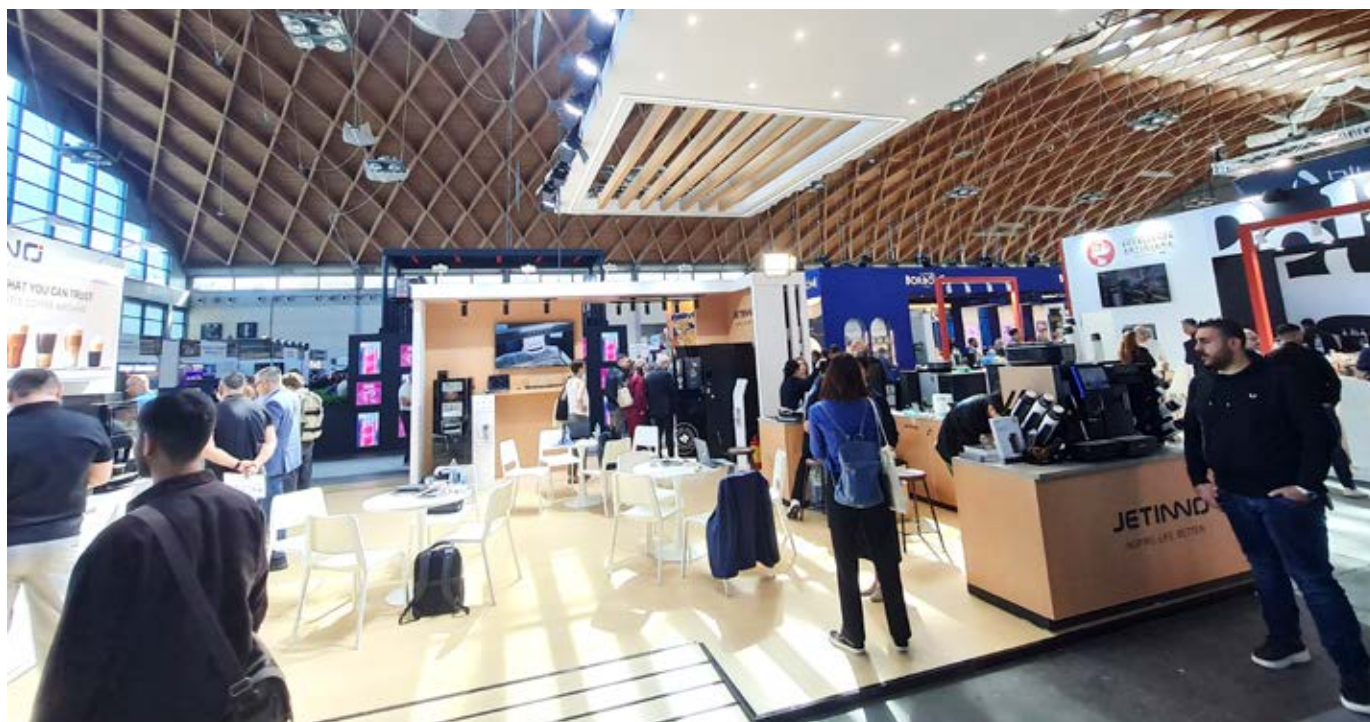
Accanto alle novità di gamma, l'interesse dei visitatori si è concentrato su tutte le soluzioni Italbedis per l'erogazione di acqua naturale, refrigerata, gasata e calda direttamente dalla rete idrica. Sistemi che rispondono alle nuove esigenze del Vending, contribuendo alla riduzione della plastica monouso, della gestione logistica delle bottiglie e dei costi operativi.

La presenza di Watercare Filters, società co-espositrice specializzata nei sistemi di filtrazione, ha permesso di evidenziare il valore di un'offerta integrata. L'integrazione tra trattamento dell'acqua ed erogazione rappresenta oggi un elemento strategico per garantire qualità costante, continuità di servizio e affidabilità nel tempo.

Commenta Danilo Massaro, Direttore Generale di Italbedis: "Venditalia 2026 ci ha confermato che il mercato guarda con crescente interesse a tecnologie capaci di migliorare la qualità del servizio e semplificare la gestione.

Per noi è stato soprattutto un momento di ascolto e confronto, che rafforza la volontà di continuare a investire nell'innovazione e nella progettazione italiana, sviluppando soluzioni in grado di accompagnare l'evoluzione del Vending e le nuove esigenze di consumo dell'acqua".



GUANGZHOU JETINNO LTD/LIBERTY ITALIA S.R.L.


Grande successo ha ottenuto, al Venditalia 2026, il costruttore di macchine automatiche Jetinno in partnership con Liberty, suo importatore esclusivo.

La collaborazione si è rafforzata con l'introduzione e la presentazione, in occasione dell'evento di Rimini, di alcuni nuovi modelli macchina che permettono un ulteriore salto di qualità in termini di offerta di prodotto con l'introduzione di nuove tecnologie arricchite di accessori e finiture di alto profilo.



Presentati i modelli JL38, JL37, macchine destinate al settore Ho.Re.Ca, il modello automatico JL 20 per la produzione di schiuma latte con la possibilità di erogare ben 3 tipologie di latte, e il modello JL320 destinato al mercato Vending con la caratteristica che può erogare anche bevande fresche.

L'aggiunta di nuovi modelli sempre più avanzati allargano la già vasta gamma proposta dal costruttore Jetinno, introducendo in ogni manifestazione novità a costi altamente competitivi.



Valore, aggiunto.



**KIT COMPATIBILE
KREA**



Scegli la sostenibilità.
Con un investimento contenuto, i kit refurbish compatibili N-and prolungano la vita delle tue macchine, trasformandole in touchpoint digitali intuitivi e connessi, per un'esperienza utente più coinvolgente.

n-andgroup.com/prodotti

n-and
Tomorrow, embedded.

LAVAZZA S.P.A.



La visione di Lavazza nel Vending ha preso forma a Venditalia 2026, dove il marchio è stato presente con uno stand concepito come esperienza immersiva dedicata al concept Piazza Tales of Italy. Lo spazio si è sviluppato come una vera e propria piazza contemporanea, in cui il racconto del brand si è tradotto in esperienza diretta attraverso degustazioni, percorsi sensoriali e momenti di interazione con il prodotto. Accanto all'area esperienziale, lo stand ha ospitato le novità di gamma dedicate al Vending e ha rappresentato un punto di incontro per operatori, stakeholder e partner del settore.

La collezione Tales of Italy, lanciata lo scorso anno, è il cuore di questa visione: 5 miscele, sviluppate appositamente per l'OCS e il Vending per offrire un'esperienza sensoriale unica e completa. *“Il Vending sta vivendo una trasformazione profonda, che richiede di coniugare efficienza e creazione di valore. Il consuma-*



tore oggi dimostra una crescente attenzione alla qualità e all'esperienza complessiva, portando nuove aspettative anche nella pausa caffè in ufficio – afferma Igor Nuzzi, Italy & Iberia Regional Director Lavazza –. Vogliamo portare nel Vending la stessa qualità ed esperienza che caratterizzano gli altri momenti di consumo, dal bar alla casa”.

Alla gamma capsule Lavazza Blue - Venezia, Milano, Roma e Napoli – si affianca ora la nuova referenza Capri, che porta il fascino senza tempo dell'isola all'interno di una miscela intensa e contraddistinta da note di cioccolato. Tra le altre novità, visibili in fiera la nuova macchina Firma Inovy Soul pensata per il segmento OCS, disponibile per l'occasione nell'edizione limitata Tales of Italy.



MANIVA S.P.A.



Maniva ha deciso di partecipare nuovamente a Venditalia 2026, l'appuntamento fieristico sicuramente più importante a livello internazionale dedicato al mondo della distribuzione automatica.

Gli otto padiglioni destinati quest'anno all'evento all'interno della Fiera di Rimini hanno permesso di ospitare un numero in grande ascesa di espositori, di cui molti esteri, e di creare così un proficuo networking anche fra gli addetti ai lavori.

Per Maniva, impresa bresciana produttrice di acque minerali, è stata un'occasione più che proficua che ha permesso ai manager aziendali di entrare in contatto con molti potenziali clienti e partner, anche di settori ulteriori rispetto a quello del Vending ma sempre all'interno del comparto dell'Out of Home.

"Il format scelto per gli spazi espositivi è stato sicuramente premiante e l'opzione della Fiera di Rimini come contenitore è risultata assolutamente indovinata e pienamente in target con il tipo di rassegna. Per Maniva è stato anche un momento di scoperta e studio delle soluzioni maggiormente innovative e delle tecnologie d'avanguardia della Distribuzione Automatica che stanno ridisegnando il settore in Italia e all'estero", spiega Michele Foglio, amministratore delegato di Maniva.

Un'esperienza ricca e stimolante che per Maniva ha rappresentato anche un'occasione per poter evidenziare e raccontare nel dettaglio due prodotti di punta dell'assortimento aziendale: la 0,5 litri Maniva in PET e lo Smile-Box da 0,5 litri.

Particolarmente lo Smile-Box, inserito nel mercato del Vending dal 2022, ha destato l'interesse e la curiosità del pubblico, permettendo così a Maniva di poter descrivere in modo approfondito tutte le peculiarità di questo packaging e di valorizzare anche le caratteristiche organolettiche e i benefici alcalini delle naturali proprietà di un'acqua di fonte alpina come Acqua Minerale Maniva pH8. Lo Smile-Box, nel suo formato da mezzo litro, è un contenitore estremamente versatile, concepito e progettato per offrire un'alternativa ulteriore alle classiche modalità di confezionamento in PET e vetro di acqua Maniva e che si armonizza benissimo alle esigenze del Vending.

È un brick innovativo, prodotto utilizzando prevalentemente materiali di origine vegetale, ispirato ai criteri del totale riciclo e recupero, confezionato in ambiente asettico e in grado così di assicurare la protezione dell'acqua dalla luce.

Venditalia 2026 è stata quindi la vetrina adatta per poter evidenziare le innovazioni e le specifiche tecniche dei prodotti Maniva a un pubblico numeroso e attento, sicuramente attratto dalla qualità dell'organizzazione e della gestione dell'evento fieristico.

MARS ITALIA S.P.A.



Mars, pioniere del settore del Vending con i suoi distributori automatici brandizzati e associato storico di Confida, ha ribadito il suo ruolo di primo piano nell'edizione 2026 di Venditalia. Un appuntamento reso ancora più rilevante dall'apertura al mercato estero, grazie all'ingresso di Igiexpo Fiera di Rimini nel capitale della manifestazione.

Quest'anno la presenza di Mars si è distinta per un perfetto connubio tra novità e consolidamento, a partire dalla scelta strategica dello stand. Posizionato in un'area centrale, lo spazio ha favorito un dialogo fitto con i principali player. È stata la cornice ideale per presentare la nuova veste grafica a tema Snickers pensata per una delle IVM (Intelligent Vending Machine) di punta: un tocco di forte impatto visivo che ha catturato l'attenzione di clienti e visitatori.

Le sinergie tecnologiche sono state un altro elemento chiave. L'edizione 2026 ha visto il rafforzamento di partnership consolidate come quella con Matipay e la nascita di nuove collaborazioni, come quella con Televend. Insieme, queste soluzioni hanno permesso all'azienda di presentarsi ai clienti con un'offerta "chiavi in mano" per le proprie IVM, rispondendo con efficacia alle richieste di digitalizzazione del mercato. L'attenzione ai nuovi trend di consumo si è tradotta anche in una proposta di prodotti mirata per il comparto H24, valorizzata all'interno della brochure ufficiale di fiera.

La partecipazione di Mars ai talk-show di Confida ha arricchito il dibattito su temi cruciali del settore, come il Category Management, il protocollo EVA Smartlink, i nuovi trend e l'Intelligenza Artificiale. Questi incontri si sono rivelati un'importante occasione per raccogliere spunti preziosi, fondamentali per consolidare e rafforzare le relazioni con clienti e partner. L'interesse riscontrato è stato confermato anche dal successo della raccolta contatti: tramite una veloce e snella scheda QR, sono stati raccolti centinaia di lead qualificati.

"Ma al di là della tecnologia, questa è stata soprattutto l'edizione delle relazioni, interne ed esterne. È stato straordinario accogliere tutti i più importanti clienti e gettare le basi per collaborazioni future, ma altrettanto importante è stato il valore umano dell'esperienza. I tanti giorni trascorsi insieme e la condivisione quotidiana dell'evento hanno rafforzato incredibilmente lo spirito di team, dimostrando che la forza di Mars nel Vending nasce innanzitutto dalla straordinaria sinergia del suo gruppo", commentano Cristina Iannuzzi e Umberto Polimene della Divisione Vending di Mars Italia.



MOKADOR S.R.L.



Tre giornate di incontri, confronto e networking hanno rappresentato per Mokador un'importante occasione per

condividere la visione dell'azienda sul futuro della Distribuzione Automatica e del consumo di caffè fuori casa, in famiglia e in ufficio. All'interno dello stand sono state presentate soluzioni pensate per accompagnare diversi momenti e luoghi di consumo con l'obiettivo di offrire qualità, innovazione ed esperienza in ogni tazzina. Un'occasione per presentarsi come una realtà in grado di proporre soluzioni al gestore, al rivenditore per diversi ambiti di consumo, per diversificare il proprio business, un tema molto attuale in questo momento.

Partendo dal mondo famiglia, presentata la E1, la nuova macchina esclusiva a capsule Mokador Diva, pensata per il consumatore finale che approccia per la prima volta il mondo del caffè monoporzionato: una soluzione accessibile, facile da usare, adatta a un pubblico giovane.

Passando poi al mondo dell'ufficio, la pausa caffè diventa protagonista della giornata lavorativa: non è più solo un momento di decompressione dallo stress, ma un vero e proprio momento di socialità. Per questo motivo, per il mondo della Distribuzione Automatica, Mokador ha pensato a una nuova miscela in grani, chiamata Velvet, per garantire un'esperienza sensoriale unica. Velvet è una miscela certificata CSQA, quindi non solo racconta in modo concreto la qualità certificata, ma anche la sensorialità e la passione della Romagna. Velvet, infatti, richiama i colori del vino e della ceramica faentina, fiori all'occhiello del territorio dove ha sede Mokador.

Per il mondo del fuori casa, esposte soluzioni semplici e innovative che sfruttano le capsule non come ripiego al caffè in grani, ma come la soluzione ideale per un locale che ricerca semplicità d'uso e praticità. Questo è possibile grazie alla Diva Pro Cube, una macchina dedicata ai locali basso consumanti - come B&B e piccola ristorazione

ecc. - che non solo agevola nella preparazione del caffè e nella sua manutenzione, ma permette di proporre al consumatore finale diversi gusti attraverso il supporto di una carta dei caffè.

“Un evento fieristico ricco di novità con la partecipazione di numerosi professionisti sia italiani che esteri. Un ringraziamento è dovuto agli organizzatori di Venditalia e alla squadra di Mokador che ha lavorato per preparare al meglio la nostra presenza con numerose proposte e novità. Le prossime sfide, già intraprese, ci vedono sul territorio a trasferire e implementare con i partner esistenti e potenziali un'opportunità di business e un percorso di crescita nei diversi segmenti (famiglia, ufficio, Ho.re.ca.) con passione e metodo – spiega Corrado Corradino, Direttore vendite Italia di Mokador -. Venditalia ha confermato quanto il dialogo, le relazioni e la condivisione siano elementi fondamentali per continuare a crescere ed innovare insieme”.



N-AND ITALIA S.R.L.



l'esperienza in tempo reale, trasformando il distributore automatico in un vero punto di relazione con il consumatore.

Accanto a questa, N-and ha proposto tecnologie pensate per valorizzare l'intera filiera del Vending. I display

Venditalia rappresenta per N-and un appuntamento importante per condividere la propria visione del futuro del Vending e consolidare il posizionamento come partner tecnologico per OEM ed operatori.

“L'edizione 2026 si chiude per noi con un bilancio molto positivo: la costante affluenza allo stand, con il 60% di visitatori esteri, e l'attenzione ricevuta da stampa nazionale e magazine specializzati conferma il crescente interesse verso il contributo di N-and all'innovazione del comparto. La prima edizione a Rimini ha inoltre ribadito la centralità di Venditalia per il settore e l'accelerazione verso digitalizzazione, interoperabilità e intelligenza artificiale, ambiti in cui investiamo da anni”, spiega Nicola Scardi, Chief Marketing Officer.

N-and ha anche partecipato ai Venditalia Talks con due contributi centrali: Alessandro Ratti, Chairman del gruppo di lavoro SmartLink, ha presentato il nuovo standard di comunicazione sviluppato con EVA; Tarcisio Vergani, CEO di N-and Group, è intervenuto al convegno “Intelligenza Artificiale e Vending”, illustrando il ruolo di AI, connettività e dati nell'evoluzione della vending machine verso un ecosistema intelligente.

Tra le soluzioni presentate, ha suscitato particolare interesse l'Avatar, la nuova interfaccia conversazionale basata su intelligenza artificiale contestuale, che consente alla macchina di dialogare con l'utente e personalizzare

pubblicitari NDX50 per il montaggio laterale, lo schermo tattile trasparente NTX30 applicato internamente alla vetrocamera della macchina snack e NPX19, che combina pubblicità e UI in uno spazio ridotto, trasformano la macchina in un canale di comunicazione, facendo del Vending un settore abilitante per il digital signage one-to-one.

Il touchscreen NPX21 All-in-one con AI Camera fornisce profilazione anonima e pagamento integrato per un'esperienza semplice e personalizzata. Sul fronte operativo, Vision AI Camera supporta la gestione degli stock, 4CR Platform abilita logiche di manutenzione predittiva e VendAware VMS consente una gestione centralizzata e data-driven, contribuendo a ottimizzare le performance e ad abilitare nuovi modelli di servizio.

A completare la proposta N-and, le soluzioni standard sono state valorizzate presso gli stand di clienti e partner. Una scelta che ha permesso di mostrare valore dell'ecosistema attraverso il network di aziende che già integrano le tecnologie N-and in applicazioni reali.

Il bilancio di Venditalia 2026 conferma la direzione intrapresa da N-and: trasformare il distributore in un touchpoint digitale che acquisisce valore nel tempo, capace di offrire un'esperienza unica al consumatore e un impatto economico concreto per l'operatore.

NAVIGER/TARGET INFORMATICA S.R.L.



Il Vending moderno non è più soltanto Distribuzione Automatica: è gestione di reti distribuite, dati in tempo reale, pagamenti digitali, infrastrutture connesse e sicurezza informatica. Venditalia 2026 ha fotografato con precisione questa trasformazione, riunendo alla Fiera di Rimini produttori, system integrator, software house e realtà tecnologiche che operano lungo tutta la filiera del settore.

Naviger ha esposto insieme al partner storico Target Informatica, presente alla manifestazione ininterrottamente dal 1998. Insieme hanno portato la versione più evoluta di WebGeda, la piattaforma gestionale web-nativa pensata per le imprese di gestione che ha compiuto un passo evolutivo rilevante.

Rispetto all'edizione 2024 del Venditalia, in cui WebGeda aveva fatto il suo debutto ufficiale, la novità di quest'anno è sostanziale.

La piattaforma evolve verso un approccio orientato al dato: le informazioni raccolte in tempo reale dalla telemetria delle macchine non vengono più solo visualizzate, ma diventano il punto di partenza per analisi avanzate supportate dall'intelligenza artificiale. L'obiettivo è concreto e risponde a una domanda reale del mercato: trasformare dati grezzi in leve operative. Non più solo sapere cosa sta accadendo nelle macchine, ma capire perché e, soprattutto, cosa fare dopo.

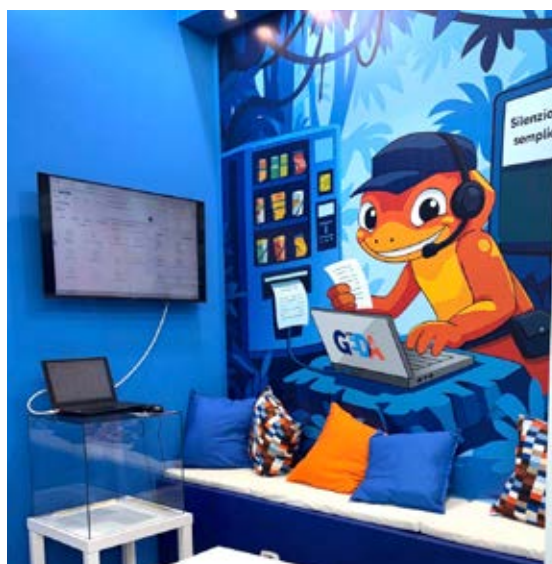
WebGeda si distingue per tre caratteristiche che lo differenziano nel panorama dei gestionali per il Vending.

È web-nativo da zero, non un software desktop adattato al cloud, il che garantisce piena operatività su qualsiasi dispositivo senza installazioni e senza compromessi prestazionali. È modulare e scalabile, pensato per adattarsi sia alle grandi gestioni strutturate sia alle medie imprese in crescita, con la possibilità di attivare solo i moduli necessari mantenendo un controllo integrato su tutte le attività. Ed è costruito sulla consolidata infrastruttura di Infinity Zucchetti, frutto di oltre 25 anni di esperienza comune tra Naviger e Target Informatica nel software per il Vending.

“Uno degli aspetti più significativi delle tre giornate di fiera è stato il dialogo diretto con gli operatori – spiegano da Naviger -. Il settore sta accelerando su temi che fino a pochi anni fa erano considerati appannaggio dell'enterprise: connettività, sicurezza informatica, gestione di dati distribuiti, integrazione tra sistemi eterogenei. Chi

gestisce reti di distributori automatici affronta oggi sfide infrastrutturali complesse e la richiesta di soluzioni che integrino software gestionale, IT e cybersecurity è sempre più concreta e urgente. Essere presenti a Venditalia significa per Naviger mantenere un ascolto diretto su queste esigenze, cogliendo in anticipo le direzioni verso cui si muove il mercato e sviluppando risposte tecnologiche adeguate.

La prima edizione a Rimini ha confermato la solidità della manifestazione: spazi adeguati, logistica fluida e incontri di qualità. Una base solida su cui costruire il futuro dell'evento”.



NEW FACTOR S.P.A.



puntamento significativo. La manifestazione ha confermato il proprio ruolo di riferimento per la Distribuzione automatica.

La nuova sede di Rimini si è dimostrata una scelta vincente sotto molti punti di vista: l'organizzazione degli spazi, la qualità delle infrastrutture e l'accessibilità del quartiere fieristico hanno favorito una partecipazione ampia e qualificata, creando un contesto ideale per il confronto tra operatori, aziende e stakeholder della filiera. Per una realtà come New Factor, fortemente radicata nel territorio romagnolo, è stato inoltre motivo di particolare soddisfazione poter accogliere clienti e partner in un contesto vicino alla propria sede e al proprio sistema di relazioni.

L'edizione 2026 ha evidenziato un mercato dinamico, sempre più orientato verso prodotti che sappiano coniugare gusto, benessere, praticità e innovazione. Sono temi che New Factor interpreta da tempo attraverso un'offerta pensata specificatamente per il canale vending e in continua evoluzione per rispondere ai nuovi stili di consumo. Tra le principali novità presentate in fiera ha riscosso particolare interesse la gamma Snack Time Plus, una linea premium che amplia l'esperienza tradizionale della frutta secca grazie ad abbinamenti originali e ricercati. La proposta comprende referenze come Anacardio Tostato Caramello Salato, Arachidi Tostate Tropical Spice, Mandorle Pelate Tostate Pepe Rosa e Lime e Pistacchio Sgusciato Tostato Dubai Chocolate, sviluppate per offrire al consumatore un'esperienza di consumo distintiva e ad alto valore aggiunto.

Grande attenzione è stata dedicata an-

Venditalia 2026 ha rappresentato per New Factor un ap-

che alle soluzioni dedicate al benessere, con la linea Wellness, che comprende mix funzionali e referenze a base di frutta secca particolarmente apprezzate da un pubblico sempre più attento agli aspetti nutrizionali.

Accanto a queste, New Factor ha presentato le proprie proposte storiche per il Vending e alcune collaborazioni di valore che arricchiscono il portafoglio aziendale, tra cui i prodotti a marchio Melinda, sempre più rilevanti nell'offerta dedicata alla Distribuzione Automatica.

“La risposta degli operatori durante i quattro giorni di manifestazione è stata molto positiva – spiega Jasmina Annibaldi del Marketing Department di New Factor -. Numerosi incontri con clienti consolidati e nuovi contatti hanno confermato l'interesse verso soluzioni che uniscono qualità delle materie prime, innovazione di prodotto e attenzione alle tendenze emergenti del mercato.

Per New Factor, Venditalia 2026 si chiude quindi con un bilancio estremamente positivo. L'evento ha offerto l'opportunità di consolidare relazioni strategiche, sviluppare nuove opportunità commerciali e condividere una visione del Vending sempre più orientata a qualità, gusto e benessere. Un risultato che rafforza la volontà dell'azienda di continuare a investire in innovazione e nella valorizzazione delle proprie competenze distintive al servizio del canale”.



NI.SI. S.R.L.



“L’esperienza al Venditalia a Rimini è stata indubbiamente positiva, sia a livello espositivo con contatti nuovi e visite di clienti e amici di lunga data, sia a livello di organizzazione, confermando la fama di ospitalità tipica dei romagnoli – commenta Evelina Milani, Amministratrice di NI.SI. S.r.l. - Sicuramente avrebbe giovato all’evento come partecipazione dei visitatori l’aggiunta del sabato come giorno espositivo. Nel frattempo, ho saputo con piacere che la prossima edizione includerà nuovamente il sabato. I gestori, soprattutto quelli più piccoli, ne saranno ben felici”.

NI.SI. ha presentato la sua ampia gamma di palette per il Vending e l’Ho.Re.Ca, confermando, come sempre, costanza, disponibilità e affidabilità nei confronti dei suoi clienti pur in un periodo di incertezza e instabilità per il settore del Vending.

PRONTOFOODS S.P.A.



Prontofoods, con il proprio marchio Ristora, ha festeggiato al Venditalia i 60 anni dell’azienda con un stand a tema e offrendo ai gestori del Vending una vasta gamma di prodotti istantanei – tè, camomilla, cioccolato, latte, caffè, cappuccino e orzo - e la linea biologica ora anche in capsule.

Inoltre, è stata presentata una linea di prodotti che può soddisfare i nuovi requisiti di sostenibilità legati ai Criteri Ambientali Minimi (CAM).

È stata anche lanciata una bevanda a base avena.

PERFETTI VAN MELLE S.P.A.



Per Perfetti Van Melle, Venditalia 2026 ha nuovamente confermato tutta la sua rilevanza nel panorama del Vending mondiale. *“L’edizione di quest’anno – spiega il management di canale - ha segnato un importante passo in avanti grazie alla nuova location di Rimini, che ha saputo coniugare modernità, qualità degli spazi e un’organizzazione altamente efficiente, contribuendo a elevare l’esperienza complessiva per espositori e visitatori e registrando un’affluenza che ha superato le aspettative. Per Perfetti Van Melle è stata un’importante opportunità di incontro e confronto: abbiamo rafforzato le relazioni con i nostri clienti, condiviso esperienze e presentato con successo le ultime novità nel mondo confectionery, all’interno di un contesto dinamico e stimolante”.*

Tra le novità esposte, spiccano le nuovissime Chupa Chups Mads, caramelle di forma cubica disponibili in due gusti (Tutti Frutti e Frutti di bosco), caratterizzate da un’innovativa doppia consistenza – croccante all’esterno e morbida all’interno – per offrire un’esperienza di consumo nuova e sorprendente.

Allo stesso tempo, Venditalia si è confermata un’eccellente vetrina anche per i partner commerciali – Kellogg (che ha presentato in anteprima Pringles Minis), Amica Chips, Bottoli, Cereal King e Lago Group S.p.A. – offrendo loro visibilità e nuove opportunità di sviluppo in un contesto altamente qualificato.

Ma soprattutto, Venditalia è stata quest’anno l’occasione ideale per Perfetti Van Melle per annunciare la nuova collaborazione con Caffè Pellini, storica azienda veronese fondata nel 1922, che da oltre un secolo produce miscele di caffè di alta qualità grazie a una consolidata esperienza nell’arte della torrefazione, rappresentando al meglio la qualità Made in Italy.

Il nuovo partner ha suscitato curiosità ed entusiasmo tra i visitatori dello stand, che hanno potuto degustare i prodotti in assortimento e apprezzarne qualità e bontà.



PROGETTO AUTOMATICO S.R.L.



La prima edizione di Venditalia 2026 a Rimini ha rappresentato per Progetto Automatico un momento strategico di confronto con il mercato e l'occasione per presentare il nuovo payoff aziendale: "Dress Code Vending". Un concetto semplice ma distintivo: ogni punto vendita automatico merita il proprio "abito".

Ogni installazione ha caratteristiche, esigenze e obiettivi differenti. Il compito di Progetto Automatico è progettare una soluzione su misura, capace non solo di ospitare una vending machine ma di valorizzare l'ambiente, rafforzare l'identità del cliente e creare nuove opportunità di crescita.

Dal 2012 Progetto Automatico è il più grande distributore esclusivo in Italia di FAS International S.p.A. e, negli anni, ha sviluppato un importante progetto dedicato agli Shop 24, con oltre 1.300 installazioni realizzate in Italia e diverse realizzazioni all'estero.

Nel 2026 questo percorso si è arricchito con una nuova linea di strutture Indoor e Outdoor, progettate per vestire e valorizzare le postazioni del Vending. Un segmento che l'azienda svilupperà non solo sul mercato italiano, ma anche a livello europeo e internazionale.

"La manifestazione di Rimini ha rappresentato un importante punto d'incontro con clienti, gestori, aziende e nuovi operatori interessati a soluzioni innovative per la Distribuzione Automatica – spiega il Direttore Commerciale, Gianpaolo Bononi -. Abbiamo avuto l'opportunità di confrontarci con interlocutori provenienti da settori diversi, raccogliendo interesse verso un'offerta tailor made, pensata per rispondere alle specifiche esigenze di ogni progetto. Per questo motivo il bilancio di Venditalia 2026 è estremamente positivo.

La manifestazione ha confermato ancora una volta il proprio ruolo di riferimento per l'intera filiera del Vending, dimostrando come il mercato sia sempre più orientato verso soluzioni che uniscono tecnologia, design, funzionalità e personalizzazione.

Per Progetto Automatico, "Dress Code Vending" non è solo un payoff, ma una visione: trasformare ogni punto vendita automatico in uno spazio capace di comunicare valore, identità e innovazione".



RED BULL S.R.L.



Dal 1987 Red Bull ha trasformato il mondo del beverage, dando vita a una nuova categoria: gli energy drink. Da un'idea nata in Austria, il brand è diventato un fenomeno globale, trasformando il semplice bisogno di energia in un vero e proprio stile di vita.

Un successo che continua a crescere: nel 2025 sono state vendute circa 14 miliardi di lattine di Red Bull Energy Drink, confermando il brand come leader di settore. E in Italia? Dal 1998, la lattina ha ricaricato milioni di persone, trasformandosi in un'icona inconfondibile. Con il suo design a rombi blu e argento, la lattina da 250ml continua a dominare il mercato: nel 2025, per il terzo anno consecutivo, ha conquistato il premio "Brands Award" per il miglior indice di rotazione.

Cosa rende Red Bull così speciale? La sua formula, pensata per chi vuole affrontare ogni sfida con la giusta carica:

- ✓ Caffaina¹: 80mg, pari a una tazzina di caffè espresso, per stimolare la concentrazione.
- ✓ Taurina²: 1g, contribuisce positivamente al funzionamento dei tessuti del corpo.
- ✓ Vitamine del gruppo B (B3, B5, B6 e B12): alleate indispensabili per combattere la stanchezza e ridurre la fatica.
- ✓ Zucchero: 27g, come un bicchiere di succo di mela, per nutrire cervello e muscoli.

"L'edizione 2026 di Venditalia, ha confermato il ruolo di rilievo di questo evento nel campo della Distribuzione Automatica – commenta il management di Red Bull -. La manifestazione è diventata ormai l'appuntamento di riferimento per il canale, sia a livello italiano che euro-

peo, e ha offerto a Red Bull un'importante occasione per sviluppare nuove relazioni commerciali e consolidare partnership già attive, rafforzando al contempo il rapporto con la fiera e Confida. In uno scenario di mercato in continua evoluzione, il comparto degli energy drink si è distinto come una delle poche categorie capaci di registrare una crescita a doppia cifra su base annua, a conferma ulteriore della potenzialità del segmento".

Tale performance è stata confermata sia dall'incremento del numero di distributori automatici che trattano energy drink (+10,2% vs 2024), sia dall'aumento delle erogazioni (+15% su base annua)³.

"Questi risultati - conclude Red Bull - sono il frutto di un'analisi approfondita delle principali location e delle occasioni di consumo più rilevanti. Tra i canali che hanno contribuito maggiormente alla crescita si distingue il Travel Retail, con un focus particolare su grandi stazioni ferroviarie, metropolitane e aeroporti.

Venditalia 2026 ha evidenziato come il Vending sia aperto all'innovazione e ricettivo verso tematiche di Category Management. Questa visione diventa importante per intercettare nuovi bisogni e consumatori, garantendo così la competitività del settore. In questo scenario, gli energy drink, sostenuti da una crescita costante, si confermano una categoria sempre più strategica per lo sviluppo del business nel canale Vending".

1. Caffaina: assunzione massima giornaliera pari a 0,4g (fonte: EFSA)
2. Taurina: amminoacido presente in tutti i cibi di origine animale, nel latte materno e nel corpo umano. Assunzione massima giornaliera pari a 6g (fonte: EFSA)
3. Vending Market Monitor: numero vending machine & sales units-battute (No OCS) – Categoria: Energy Drink

REKICO CAFFÈ S.R.L.



Venditalia 2026 è stata per Rekico un'importante occasione di confronto con clienti, partner e operatori del settore provenienti da diversi mercati. *“Essendo la prima edizione ospitata presso il quartiere fieristico di Rimini, vi era grande curiosità attorno al nuovo format - spiegano gli amministratori Andrea e Silvia Castellari -. Dal nostro punto di vista il bilancio è positivo: abbiamo riscontrato una buona qualità dei visitatori e un contesto favorevole agli incontri commerciali. Interessante anche la scelta di concentrare la manifestazione in tre giornate anziché nelle tradizionali quattro. Una formula più compatta che ha consentito di ottimizzare tempi e appuntamenti, mantenendo alta l'intensità delle attività in fiera. Un aspetto che abbiamo percepito in modo evidente è stata la presenza di operatori provenienti dall'estero. Pur restando una manifestazione fortemente legata al mercato italiano, abbiamo avuto l'opportunità di confrontarci con interlocutori di diversi Paesi, a conferma del crescente interesse internazionale verso il vending e il caffè italiano di qualità”.*

Per Rekico, la fiera è stata l'occasione per lanciare ufficialmente Origin, un nuovo progetto dedicato al monoporzionato professionale.

Origin nasce dal recupero di ricette sviluppate dal fondatore dell'azienda circa 30 anni fa e reinterpretate in chiave contemporanea, con l'obiettivo di unire cultura del caffè e innovazione tecnologica. Il progetto comprende quattro miscele dedicate ed è affiancato da un ecosistema digitale sviluppato per offrire una nuova esperienza di consumo e di gestione del servizio.

“L'interesse raccolto durante la manifestazione ha confermato come il mercato stia ricercando soluzioni che sappiano integrare qualità in tazza, innovazione e semplicità di utilizzo - concludono Andrea e Silvia Castellari. Molti visitatori hanno apprezzato proprio questa visione, che mette al centro sia il prodotto sia l'esperienza complessiva dell'utilizzatore.

Accanto a Origin abbiamo presentato anche altre novità della nostra gamma, tra cui la MiniDuo, soluzione professionale per l'Horeca compatta dedicata al monoporzionato, e Nanà, esposta in nuove colorazioni. Abbiamo inoltre mostrato in anteprima il prototipo di una nuova macchina che verrà lanciata nei prossimi mesi, raccogliendo indicazioni utili dagli operatori del settore. Le degustazioni presso lo stand hanno infine rappresentato un'importante occasione di confronto diretto con i professionisti del Vending e dell'OCS, permettendoci di raccogliere riscontri concreti sulle evoluzioni del mercato e sulle aspettative dei consumatori”.



REPA ITALIA S.R.L.



L'ultima edizione di Venditalia ha confermato il forte interesse degli operatori del Vending per REPA, riconosciuta in Europa, e non solo, per la capacità di unire una forte competenza tecnica nel Vending con soluzioni concrete per la gestione dei ricambi, a sostegno dell'intero settore.

Una gamma completa per ogni esigenza di manutenzione. Nel corso dei tre giorni di fiera, numerosi visitatori provenienti da tutta Europa, America Latina e Stati Uniti si sono fermati allo stand REPA a Rimini per esplorare l'ampio portafoglio, che include sistemi di pagamento, kit di manutenzione e tutti i ricambi per distributori automatici, superautomatiche, sistemi OCS, oltre a tutti i servizi post-vendita offerti dal distributore leader nel Vending.

Velocità di consegna e ampia disponibilità a stock. Gli incontri con i principali OEM hanno evidenziato l'interesse a collaborare con un partner competente, in grado di aiutare i costruttori di distributori automatici nella gestione dei loro ricambi e nella crescita a lungo termine. Lo stoccaggio dei ricambi originali dei partner OEM nel magazzino automatizzato REPA di Cesena rappresenta, ad esempio, un supporto particolarmente apprezzato, che consente ai costruttori di ridurre i costi logistici legati ai ricambi e di concentrarsi su progettazione e produzione delle macchine vending.



Le conversazioni con i clienti hanno, inoltre, confermato gli aspetti di REPA maggiormente apprezzati dagli operatori: rapidità di consegna, elevata disponibilità a stock, competitività e reattività nella gestione delle richieste tecniche e degli ordini.

Un partner affidabile, al fianco degli OEM. *"REPA è la casa di tutti gli OEM del Vending, ai quali offriamo un servizio che possiamo considerare "unico" nel*

mercato, che comprende, tra i vari, la capacità di immagazzinare tutti i ricambi originali, inviarli in tempi rapidissimi ai clienti e condividere i KPI con il costruttore. Con REPA, l'OEM non perde mai il contatto con proprio cliente, che beneficia di un'ampia scelta di ricambi e accessori e della consegna del ricambio giusto, nel momento esatto in cui ne ha bisogno", afferma Tobias Lange, Group Director Vending REPA.

SANDENVENDO GMBH – ITALIAN BRANCH



Esiste una linea sottile dove tradizione e visione si incontrano. È proprio lungo questa linea che prende vita Vendo Legend®. Presentata in anteprima a Venditalia 2026, la nuova gamma premium firmata SandenVendo è molto più di un semplice lancio di prodotto. È una dichiarazione d'intenti: un omaggio a un'eredità iconica e, allo stesso tempo, una reinterpretazione audace di ciò che il Vending contemporaneo può diventare.

Da quasi 90 anni, SandenVendo contribuisce a plasmare il Vending, unendo competenza ingegneristica, affidabilità e un design inconfondibile. Con Vendo Legend®, questa eredità assume una nuova forma: una gamma che guarda al futuro restando profondamente legata alle radici del brand. Ogni dettaglio della linea è progettato per evocare il carattere delle storiche vending macchine Vendo, reinterpretato in chiave contemporanea. Linee pulite, proporzioni equilibrate e una forte identità visiva riportano alla luce la personalità distintiva di un marchio che ha scritto un capitolo importante nella storia del Vending. Eppure Vendo Legend® non è nostalgia. È il patrimonio del brand trasformato in valore di design. Il design brevettato rafforza il posizionamento premium della gamma e la rende particolarmente adatta a location in cui immagine, atmosfera ed esperienza utente giocano un ruolo centrale.

Dietro al suo aspetto iconico, Vendo Legend® integra le tecnologie più avanzate di SandenVendo. Ogni modello nasce da un equilibrio preciso tra coerenza estetica, so-



lidità strutturale e intelligenza digitale. La connettività smart rappresenta uno dei pilastri della linea: l'integrazione IoT, combinata con interfacce touchscreen da 10" e 18,5", consente un controllo evoluto e un'esperienza utente intuitiva.

Anche le prestazioni energetiche sono state sviluppate con grande attenzione grazie a soluzioni avanzate di isolamento, mentre il sistema di illuminazione LED crea una luce uniforme e continua che valorizza la visibilità dei prodotti e rafforza l'impatto visivo della macchina.

La gamma Vendo Legend® comprende i modelli G-Drink, G-Snack, G-Caffè e Brain. Progettata per garantire un lungo ciclo di vita del prodotto, la linea riflette l'impegno di SandenVendo verso soluzioni di Vending durevoli, responsabili e orientate al futuro.



SECO S.P.A.



L'edizione 2026 di Venditalia ha rappresentato un momento importante per SECO. L'evento ha offerto un'occasione preziosa per incontrare operatori italiani, OEM e partner tecnologici, osservando l'evoluzione di un mercato sempre più orientato verso modelli digitali, connessi e basati sui servizi.

Per SECO, Venditalia ha confermato il forte interesse per tecnologie capaci di supportare gli operatori nella modernizzazione dei parchi macchine, nel miglioramento dell'efficienza e nell'introduzione di nuove esperienze utente nel punto vendita. Durante la manifestazione, SECO ha presentato le soluzioni core per il Vending, KarL4 e Clea Vend, confrontandosi con gli operatori italiani e ricevendo feedback molto positivi. Le conversazioni hanno generato opportunità promettenti, confermando la rilevanza dell'offerta SECO per un mercato alla ricerca di soluzioni affidabili, scalabili e in continua evoluzione.

L'evento ha inoltre creato occasioni di confronto con potenziali partner europei. Ciò ha rafforzato la dimensione internazionale di Venditalia e aperto nuove possibilità per ampliare la rete di partner SECO. *"In un settore guidato da collaborazioni, piattaforme condivise e standard comuni, eventi come Venditalia restano essenziali per accelerare dialogo e innovazione"*, commenta il management dell'azienda di Arezzo.

Tra le novità presentate, la nuova soluzione di pagamento tramite QR code di SECO ha ricevuto riscontri positivi dagli OEM. Le tecnologie di pagamento moderne sono sempre più rilevanti nel Vending, dove gli utenti



finali si aspettano esperienze rapide, semplici e sicure, mentre gli operatori necessitano di soluzioni integrabili in macchine e modelli di business esistenti. La risposta ha confermato il ruolo di SECO come provider tecnologico innovativo a supporto di servizi di Vending sempre più orientati all'utente.

"Nel complesso, l'esperienza di SECO a Venditalia è stata molto positiva. L'evento ha confermato la vitalità del mercato e la domanda di soluzioni che integrano hardware, software, connettività e innovazione nei pagamenti – conclude l'azienda toscana -. Per SECO è stata un'opportunità per presentare le proprie tecnologie, ascoltare i clienti e individuare nuove aree di collaborazione."

Venditalia si è confermata una piattaforma chiave per il settore, mentre il Vending diventa più intelligente, connesso e orientato ai servizi. Allo stesso tempo, la nuova sede di Rimini ha evidenziato alcune considerazioni logistiche. Pur offrendo un contesto espositivo di alto livello, diversi visitatori internazionali hanno osservato che raggiungere Rimini è risultato meno immediato rispetto a Milano. In alcuni casi, il viaggio ha richiesto voli con scalo e trasferimenti in auto. Questo è stato uno dei principali feedback condivisi da clienti e partner che andrà considerato per le prossime edizioni".

SINISI S.R.L.



Si è conclusa con risultati estremamente positivi l'esperienza di Sinisi a Venditalia 2026.

Per la storica realtà pugliese specializzata nella lavorazione e commercializzazione di olive, frutta secca, snack e prodotti destinati ai canali della distribuzione moderna e automatica, la manifestazione ha rappresentato un'importante occasione per consolidare relazioni commerciali esistenti, sviluppare nuovi contatti e presentare le ultime novità della propria offerta.

Durante i giorni di fiera, lo stand aziendale ha registrato una significativa affluenza di visitatori, buyer, distributori e operatori del settore interessati a conoscere da vicino le soluzioni sviluppate dall'azienda per il Vending.

Grande attenzione è stata riservata alle linee monodose dedicate al consumo "on the go", ai mix funzionali pensati per uno stile di vita dinamico e alle proposte caratterizzate da praticità, qualità e attenzione alle nuove esigenze dei consumatori.

Particolare interesse ha suscitato il restyling della linea Party Snack, insieme alle referenze studiate appositamente per il Vending, capaci di coniugare gusto, benessere e comodità di consumo. Un'offerta che conferma la capacità di Sinisi di interpretare i trend emergenti del mercato e di rispondere alle richieste di un settore sempre più orientato verso snack salutari, ingredienti selezionati e confezioni pratiche e sostenibili.



Venditalia 2026 ha inoltre rappresentato un'importante opportunità di confronto con il mercato nazionale e internazionale. Gli incontri sviluppati nel corso della manifestazione hanno permesso di avviare nuove collaborazioni e di rafforzare la presenza dell'azienda nei diversi canali distributivi, confermando il crescente interesse verso prodotti che uniscono qualità delle materie prime, innovazione e affidabilità produttiva. *"Siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti durante questa edizione di Venditalia - commenta Francesco Sinisi -. La partecipazione alla fiera ci ha permesso di*

incontrare numerosi partner e professionisti del settore, raccogliere feedback preziosi e presentare la nostra visione di uno snack sempre più moderno, pratico e attento alle esigenze del consumatore".

L'esperienza di Venditalia 2026 conferma, dunque, il percorso di crescita intrapreso da Sinisi e rafforza la volontà dell'azienda di continuare a investire in innovazione, sviluppo di prodotto e relazioni commerciali, con l'obiettivo di portare sui mercati italiani ed esteri il valore di una tradizione imprenditoriale che da anni coniuga qualità, competenza e passione.

Con entusiasmo e nuove prospettive, Sinisi guarda ora ai prossimi appuntamenti del settore, pronta a trasformare le opportunità nate in fiera in nuovi progetti di crescita e sviluppo.

SPINEL S.R.L.



Spinel ha esposto alla fiera internazionale del Vending la sua intera gamma di macchine per il caffè espresso monoporzionato, nuovi modelli e aggiornamenti che rispondono alle esigenze concrete di chi opera ogni giorno sul campo.

Con le sue proposte tecnologiche studiate per l'OCS Evoluto e per il Micro Ho.Re.Ca., Spinel si conferma partner ideale degli operatori del settore che vogliono distinguersi per innovazione e qualità.

Macchine da caffè in cialda o capsula professionali, Made in Italy, di fascia alta, che durano nel tempo, in grado di esaltare in tazza miscele di caffè pregiate e di erogare anche altre bevande (tisane, the, ginseng, camomilla, orzo) per soddisfare le esigenze dei clienti.

Nuove tecnologie unite a prodotti di eccellenza, innalzano il livello di servizio proposto al mercato rendendolo unico e riconoscibile dal consumatore.

“La risposta dei visitatori ha confermato la bontà delle scelte strategiche intraprese dall'azienda. In fiera i contatti esteri hanno superato quelli italiani, raggiungendo



il 52% del totale: un segnale chiaro di come il modello Spinel stia conquistando un pubblico sempre più internazionale”, spiegano Giovanni e Cesare Spinelli, rispettivamente Amministratore Unico e Direttore Generale di Spinel.

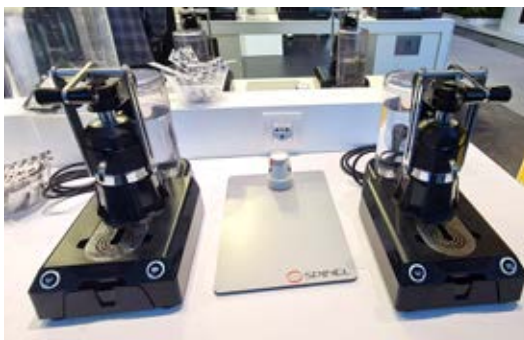
Una prima novità riguarda Ciao e My Cube: entrambe presentano

il nuovo sistema di espulsione automatica della cialda brevettato che ne semplifica l'utilizzo; sono disponibili in versione manuale o con kit elettronico, per adattarsi con flessibilità alle diverse esigenze dell'operatore.

Per il settore Home, Spinel introduce Mokarom: la macchina a cialde dall'inconfondibile design, progettata per l'uso domestico, compatta e accattivante, è capace di assicurare un caffè di qualità anche a casa.

Jessica e Jasmine si rinnovano con una nuova linea estetica e con una nuova elettronica dall'interfaccia intuitiva. A completare la gamma esposta Coffee Tower, ora disponibile in una configurazione ibrida, che permette a ogni operatore di posizionarla secondo il contesto di utilizzo: incassata nel bancone o installata su piedini.

“Partecipare a eventi come Venditalia significa per noi aprire le porte non solo del nostro catalogo, ma anche di una filosofia produttiva distintiva. Vogliamo che i nostri partner comprendano sia cosa produciamo, sia come lo facciamo: con rigore industriale, flessibilità artigianale, passione e visione di lungo periodo”, concludono Giovanni e Cesare Spinelli.



UNIVERSO VENDING S.P.A.



Il Venditalia 2026 di Rimini è stato per Universo Vending non solo una vetrina, ma un'importante occasione di confronto con i veri protagonisti del mercato: i gestori.

Lo slogan "Non vendiamo solo ricambi, facciamo funzionare il tuo business" non è solo un claim pubblicitario, ma una realtà operativa che Universo Vending ha declinato in diverse novità presentate in fiera. La forza dell'azienda risiede nella capacità di offrire una gamma completa di prodotti di tutte le principali industrie produttrici di distributori automatici, tra cui: Bianchi, Evoca, FAS, Iarp, Lavazza, Manea, SandenVendo, permettendo ai gestori di interfacciarsi con un unico interlocutore per tutto il Vending.

"A Venditalia abbiamo mostrato come la nostra logistica, forte di oltre 5.000 articoli disponibili, si sia evoluta in un servizio di consulenza strategica. Non ci limitiamo a spedire un componente; aiutiamo i nostri partner a ottimizzare il magazzino interno", commenta Alberto Conte, Amministratore di Universo Vending.

Grande interesse ha suscitato il Consignment Stock: una modalità operativa attraverso la quale il gestore ha sempre disponibili, presso la sua sede, i ricambi necessari pagandoli solo al momento dell'effettivo utilizzo. È la risposta di Universo Vending per aumentare l'efficienza



operativa, abbattere i costi e liberare la liquidità degli operatori, garantendo che nessuna macchina resti ferma per mancanza di un pezzo. Infine, Universo Vending ha catturato l'attenzione con il lancio del nuovo POS, pensato specificamente per le esigenze dello specialista del Vending. Una soluzione Plug&Play (interfaccia MDB) che non richiede canoni fissi ("non lo usi, non lo paghi") e si integra perfettamente con i principali ERP del mercato. Con protezione IP54 e resistenza IK08, questo dispositivo offre un'esperienza di pagamento contactless fluida e veloce.

"Torniamo da Rimini con un'agenda ricca di progetti - conclude Alberto Conte - . La nostra logistica a San Giorgio Bigarello (MN) è già operativa per dare seguito alle tante richieste ricevute. Vogliamo ringraziare di cuore tutti i clienti e gli amici che sono passati a trovarci. Il vostro feedback è il motore che ci spinge a non essere semplici venditori, ma il cuore pulsante della vostra assistenza tecnica. Per chi volesse approfondire i servizi o ricevere una consulenza personalizzata, il team di Universo Vending vi aspetta in sede o sul sito universovending.it".

VALSANIA S.R.L. (CÌCIRI)



La pausa non è più soltanto un break. È diventata un piccolo momento di scelta: deve essere veloce ma gratificante, semplice ma non banale; compatibile con tempi frammentati, ma senza rinunciare al gusto. Per chi opera nel Vending, questo cambia anche il ruolo della macchina: non più soltanto un punto di servizio, ma uno spazio in cui proporre alternative distintive.

È dentro questa evoluzione che Cìcìri entra nella Distribuzione Automatica con una proposta immediata e riconoscibile, costruita intorno a tre elementi: palatabilità, semplicità e clean label. Ceci tostati super croccanti, in bustina da 20 grammi, disponibili nelle varianti Naturali e Salati, senza glutine e con il 20% di proteine. Un prodotto essenziale nella composizione, ma ricco nell'esperienza: il gusto e il crunch arrivano nette e si fanno ricordare; le caratteristiche nutrizionali confermano la scelta.

Presentato a Venditalia 2026, Cìcìri ha raccolto una risposta molto positiva. Allo stand, gestori, buyer e professionisti del settore hanno riconosciuto nel prodotto una referenza capace di ampliare l'offerta con qualcosa di accessibile, ma differente dalle categorie più consuete. La conferma più importante è arrivata dall'assaggio: curiosità, sorpresa e apprezzamento hanno accompagnato per tutta la fiera il confronto con operatori e visitatori.

“A Venditalia abbiamo avuto una conferma molto chiara di un fenomeno che osserviamo ogni giorno nella crescita degli ordini provenienti dal canale Vending: il prodotto piace. E quando un prodotto piace, per il gestore non è soltanto una referenza in più, ma un'opportunità concreta per rinnovare la pausa e dare valore a una clientela sempre più esigente - afferma Sergio Valsania, fondatore di Cìcìri -. Il consenso raccolto a Rimini non è rimasto confinato alla curiosità della novità fieristica. L'attenzione degli operatori e i primi riscontri commerciali mostrano

che esiste spazio per uno snack capace di tenere insieme gratificazione, leggibilità e praticità. Il formato monodose si inserisce con naturalezza nei tempi del consumo fuori casa; il prodotto è immediatamente comprensibile; il prezzo al pubblico resta accessibile. Per il gestore significa introdurre una proposta nuova, coerente con le logiche operative del canale”.

“Cìcìri - conclude Valsania - intercetta così un'evoluzione più ampia: il consumatore non cerca soltanto qualcosa che interrompa la giornata, ma una pausa che abbia un significato, anche quando dura pochi minuti. Vuole essere incuriosito e gratificato, riconoscendo con chiarezza ciò che sceglie. In questo scenario, la vending machine può diventare il luogo in cui scoprire una nuova abitudine, non soltanto quello in cui ripetere una scelta già nota. Per questo Cìcìri si propone come una nuova scelta per il Vending: piace a chi lo compra, perché porta gusto, croccantezza e semplicità nel quotidiano; dà valore a chi lo vende, perché rinnova l'offerta con una referenza distintiva, accessibile e già capace di generare consenso”.



Sergio Valsania

WATER CARE FILTERS S.R.L.



Il Venditalia 2026 ha rappresentato per Water Care Filters un'importante occasione di confronto con il mercato in una fase di forte evoluzione tecnologica. La prima edizione ospitata presso il quartiere fieristico di Rimini si è rivelata una scelta vincente: spazi moderni, organizzazione efficiente e un'affluenza costante di operatori qualificati hanno favorito un dialogo costruttivo con clienti, partner e professionisti provenienti dall'Italia e dall'estero.

“Abbiamo condiviso l'esperienza con Italbedis, una presenza che ormai fa parte del nostro modo di vivere questi eventi e che ha contribuito a rendere la nostra partecipazione ancora più completa ed efficace – spiega il management di Water Care Filters -. Abbiamo percepito un mercato dinamico, orientato verso soluzioni capaci di coniugare qualità della bevanda, affidabilità delle apparecchiature, sostenibilità ed efficienza gestionale. Sono questi i valori che guidano da sempre la ricerca e lo sviluppo di Water Care Filters e che hanno caratterizzato tutte le novità presentate in fiera”.

Protagonista dello stand è stata la famiglia DEMIKAL, con le nuove versioni DEMIKAL COFFEE, DEMIKAL SPECIAL COFFEE e DEMIKAL ABSOLUTE, progettate per offrire un trattamento completo dell'acqua senza ricorrere al bypass. Una tecnologia che garantisce pH stabile, protezione delle apparecchiature e valorizzazione delle caratteristiche organolettiche del caffè, assicurando risultati costanti nel tempo. Le soluzioni dedicate al mondo Coffee sono il risultato di un intenso percorso di ricerca sviluppato insieme a torrefattori, centri di assistenza e costruttori di macchine professionali, con l'obiettivo di ottimizzare l'estrazione delle diverse tipologie di miscela e contribuire a un espresso di qualità superiore. Grande interesse hanno suscitato anche THUNDER - il nuovo sistema professionale ad alte autonomie dedicato

all'Ho.Re.Ca., progettato per offrire elevate prestazioni, assenza di manutenzione programmata e un approccio orientato alla sostenibilità e all'economia circolare - e VICTOR, nuova soluzione sviluppata per garantire affidabilità, semplicità di installazione e continuità di servizio, rispondendo concretamente alle esigenze degli operatori del Vending e della ristorazione professionale.

“Il riscontro ottenuto durante i quattro giorni della manifestazione è stato estremamente positivo – conclude Water Care Filters -. Oltre all'elevato numero di visitatori, abbiamo registrato un forte interesse verso le nuove tecnologie presentate e raccolto numerosi feedback che confermano come il trattamento dell'acqua stia assumendo un ruolo sempre più strategico nel garantire qualità della bevanda, tutela delle apparecchiature e ottimizzazione dei costi di gestione. Torniamo da Rimini con entusiasmo e con la consapevolezza che questa edizione abbia rappresentato un importante punto di partenza per nuovi progetti e collaborazioni. Il confronto diretto con clienti, gestori, costruttori e professionisti del settore continua a essere il principale motore dell'innovazione di Water Care Filters”.





pepsico

NOVITÀ

AIUTA A MANTENERTI
IDRATATO



CON NIACINA E
VITAMINA B6



GLACIER FREEZE

GATORADE



ZERO ZUCCHERI

+ VITAMINE

ALLENATI
REIDRATATI
RIPARTI
CON GATORADE ZERO



GATORADE