

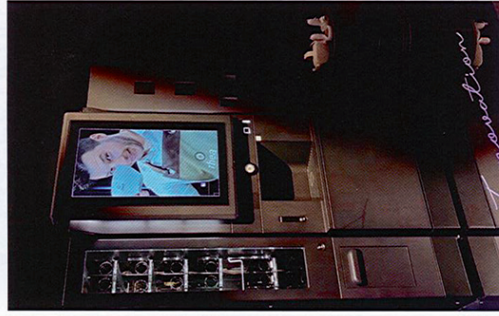
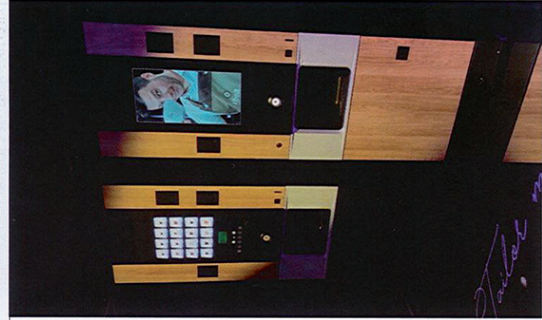


RHEAVENDORS DÉVOILE SON NOUVEAU VISAGE

ci encore, il aura fallu attendre le salon italien pour comprendre que Rheavendors s'est réinventé... et de belle manière. Nous avions quelques peu senti lors du salon Host de Milan en fin d'année dernière que Rheavendors travaillait sur une approche renouvelée mais la véritable surprise vient du fait que Venditalia a permis de comprendre que ce sont bien l'ensemble des solutions qui ont été repensées de la ligne freestanding à l'OCS/Horeca. La société a pris un nouveau tournant, fait sa Rhe-volution en capitalisant sur ses technologies comme le Varigrind, Varitherm et Variflex mais en apportant une nouvelle philosophie au travers d'une approche Customer Friendly. Un travail de fond que les visiteurs pouvaient découvrir à travers des nouvelles gammes présentées mais également de concepts

qui résument la philosophie de la société italienne qui invite à chaque fois à une nouvelle expérience de consommation suscitant les sens et créant l'émotion.

La première gamme concerne bien entendu les matériels freestanding boissons chaudes et de fait ce n'est pas un modèle mais trois approches qui ont été présentées de la ligne rhFS (comprenez rh pour Rheavendors et FS pour Freestanding). Une gamme de matériels alliant design et personnalisation, intégrant les technologies développées par la firme italienne et personnalisables de manière à venir proposer des personnalisations au gré des besoins et des envies. Chaque rhFS est en effet personnalisable en termes de couleurs, matériaux et interfaces digitales (image, vidéo, info-divertissement, de manière à s'adapter à toutes les demandes par-



ticulières et apporter une singularité unique. Une logique qui a pris en compte également les différentes approches de consommation internationales de manière à pouvoir au travers des propositions, personnaliser les offres produits et recettes au travers du café grain d'une part mais aussi des solutions instantanées mais également du thé infusé via un groupe dédié.

Concrètement 4 modèles constituent la gamme à savoir la rhFS.1 munie d'un clavier de sélections traditionnel via des boutons, la rhFS.1 munie d'un clavier Touch 21,5 pouces, la rhF2 Touch 24" pouces et enfin la rhFS2. Les configurations sont modulables mais les principales caractéristiques de la ligne 1 s'articulent autour d'un groupe espresso et 7 bacs, d'une ou deux tourelles à gobelets (80 gobelets/jour), d'une dimension compacte avec une largeur faciale de 625 mm là où la ligne 2 offre d'entrée deux gobeletteuses, des configurations double café grain et 6 bacs solubles voire 1 café grain et 8 bacs solubles. A cela vient se rajouter une kyrielle d'extensions avec des bag in box, un groupe thé, un double cup sensor, le lait frais. Mais Rheavendors est allé encore plus loin en proposant trois modules

complémentaires venant compléter les offres boissons chaudes avec un module accessoires rhMFS) proposant des modules de paiement multi systèmes, des distributeurs de spatules et de sachet de sucre ainsi que deux rampes de gobelets. Un second module rhMFS snack&cupps permet via trois plateaux (9 spires) de proposer des sachets de thé ou de snacks ainsi que trois rampes de gobelets.

Enfin un troisième module rhMFSsnack décline quant à lui 7 plateaux de trois spires qui peuvent délivrer des snacks et des boissons fraîches. Ces modules additionnels permettent de venir enrichir les offres des modèles boissons chaudes et apporter une expérience 360° au consommateur final. Les machines disposent aussi de solutions de management à distance (online) comme d'une approche colorimétrique des pièces internes afin de faciliter les interventions techniques.

Mais la nouveauté concerne aussi les déclinaisons Horeca/OCS avec la ligne rhTTI (rh pour Rheavendors et TT pour table top. Une gamme qui décline un design compact une livrée inox ou noire et un clavier de sélections Touch disponible en deux tailles 7 et 10 pouces. Trois modèles sont proposés à savoir le TTI V+ muni du varitherm notamment et donc se dédouanant d'une chaudière et proposant une déclinaison espresso 4 bacs, elle ne dispose pas du varitherm et d'une version Instant TTI qui propose 6 bacs solubles. A noter une sortie eau chaude pour le thé qui elle aussi est présente. Les modèles disposent d'une accessibilité des composants simple et directe de plus de solutions de télématie et de gestion à distance (options). Une gamme qui remplace Rheavendors au cœur des demandes du marché et qui par son design s'intègre facilement dans tous les environnements.

Enfin un dernier opus a été dévoilé à savoir le rhTT3pro, un table top inédit. Compact et élégant, ses panneaux laté-

raux comme faciaux peuvent être personnalisés. Il offre 4 bacs produits avec le groupe variflex à chambre variable (café et produits solubles) qui peuvent être réhaussés par des extensions et les couvercles sont donc munis de serrures. Plus encore il décline jusqu'à 12 sélections et jusqu'à trois présélections. Il bénéficie de solutions bluetooth et s'adapte aux environnements de vente à emporter, bureaux et offices de manière simple et ergonomique. La découverte des solutions imaginées par Rheavendors sur Venditalia a voulu incarner le slogan « Made for You ». Ces dernières années Rheavendors a beaucoup étudié et écouté le marché de manière à restituer une offre adaptée aux évolutions du vending. Le stand lui-même apportait une expérience et une invitation à la découverte. Imaginé par Pintinfarina

"Made for you est la revendication que nous lançons chez Venditalia et c'est la synthèse précise de ce que nous faisons et comment nous le faisons. Ces dernières années, nous avons analysé le marché, nous avons collecté des données sur l'expérience des clients et des consommateurs, nous avons travaillé sur la contamination de différents mondes afin d'avoir un observatoire large et concret des besoins et des tendances du futur. Notre capacité à expérimenter et à personnaliser les solutions que nous proposons à nos clients, qui va au-delà du matériel et du logiciel de la machine, s'appuie sur cet observatoire constamment mis à jour. Notre mission est la perception de l'expérience de la pause-café de chaque consommateur, dans toutes les régions du monde. C'est précisément fait pour vous » explique Andrea Pozzolini PDG de Rhea.

