

## Massimo Trapletti, conferma alla guida di Confida- Confcommercio

Riconfermato Presidente di CONFIDA – Associazione italiana distribuzione automatica aderente a Confcommercio – per il quadriennio 2026-2030, Trapletti avvia il suo terzo mandato consecutivo rafforzando il ruolo del settore in una fase di profonda trasformazione economica, sociale e tecnologica



Una visione chiara, una guida esperta e una strategia di lungo periodo: sarà ancora Massimo Trapletti a guidare l'evoluzione del vending italiano. Riconfermato Presidente di CONFIDA – Associazione italiana distribuzione automatica aderente a Confcommercio – per il quadriennio 2026-2030, Trapletti avvia il suo terzo mandato consecutivo rafforzando il ruolo del settore in una fase di profonda trasformazione economica, sociale e tecnologica. Sotto la sua leadership, il vending si prepara a ridefinirsi come una vera e propria infrastruttura di servizio diffusa sul territorio: non più semplici distributori automatici, ma una rete evoluta, digitale e sostenibile, sempre più integrata nei contesti urbani e nei nuovi stili di vita.

Negli ultimi anni, Trapletti ha guidato la filiera attraverso uno scenario complesso segnato da crisi globali, cambiamenti normativi, transizione ecologica e nuove abitudini di consumo, che hanno

inciso sulle consumazioni. In questo contesto, il settore ha dimostrato solidità e capacità di innovazione, consolidando la propria competitività anche a livello internazionale. Un ruolo centrale è stato giocato dalla provincia di Bergamo, vero cuore dell'industria, dove si concentra una parte significativa della filiera, tanto da meritare il nome di "Vending Valley". Sono ben 39 le imprese di gestione che hanno sede nella provincia orobica a cui si aggiungono le aziende rappresentative di tutta la filiera del vending, molte delle quali leader di mercato: dalle le e di tecnologie (come Bianchi Industry, Evoca, N-and, Digisoft, Acem, ecc.), a qua (come: Brita Italia, BWT Italia e Hydra Technology & Innovation, ecc.), il ecosistema unico, capace di esprimere eccellenze lungo tutta la catena del valore.



Parallelamente, sotto la presidenza Trapletti, il settore ha rafforzato anche la propria

dimensione sociale e ambientale. Ne sono esempio iniziative come RiVending, il progetto di economia circolare che in quattro anni ha raccolto oltre 251 milioni di bicchierini del caffè (3.385.217 nella provincia di Bergamo nel 2025), per un totale di oltre 1700 tonnellate di CO<sub>2</sub> risparmiate (23,15 tonnellate nel 2025 nel bergamasco), e la collaborazione con Banco Alimentare, che dal 2022 ha consentito il recupero e la donazione di 260 tonnellate di prodotti alimentari e bevande (di cui "Ringrazio gli associati per la fiducia che hanno voluto rinnovarmi - ha commentato Massimo Trapletti, Presidente di CONFIDA - Questo terzo mandato rappresenta per me un grande onore ma soprattutto una responsabilità verso un settore che negli ultimi anni ha dimostrato straordinarie capacità di adattamento, innovazione e resilienza. Viviamo una fase di profonda trasformazione economica, sociale e tecnologica. Cambiano le abitudini di consumo, cambiano i luoghi di lavoro, cambiano le città. In questo scenario il vending è chiamato a evolversi: da semplice sistema di distribuzione automatica a vera infrastruttura di servizio al cittadino, capace di offrire accessibilità, prossimità, sostenibilità e innovazione".

L'Assemblea ha inoltre rinnovato il Comitato di Presidenza, combinando continuità ed energie nuove accanto alle conferme del Presidente del Gruppo Imprese di Gestione Pio Lunel (WeYou) e del Presidente del Gruppo Prodotti per la distribuzione automatica Stefano Piccinini (Culligan Italy); entrano nuovi eletti come il Presidente del Gruppo Fabbricanti di Distributori Automatici e Accessori Sergio Barbarisi (Hydra Technology & Innovation), il Presidente del Gruppo Servizi e Commercializzazione Alessandro Fontana (Art&Works) e il Presidente del Gruppo Giovani Gianluigi Galano (Sigma), a testimonianza di un settore dinamico e in evoluzione sotto la guida di Trapletti.

Al centro del nuovo Piano Strategico 2026-2030, fortemente voluto dal Presidente, vi è la trasformazione del vending in una piattaforma intelligente di servizi, capace di intercettare nuovi bisogni e presidiare nuovi contesti di consumo. Retail, turismo, infrastrutture e servizi di prossimità rappresentano le nuove frontiere, insieme a modelli di business innovativi pensati per le nuove generazioni. Innovazione, sostenibilità e sviluppo sono i pilastri del percorso delineato da Trapletti: dall'integrazione di intelligenza artificiale e connettività alla creazione di hub per l'innovazione, fino agli obiettivi di neutralità carbonica e all'espansione dei servizi h24. Il Piano prevede inoltre azioni concrete a supporto delle imprese, la valorizzazione del Made in Italy, investimenti nelle

competenze e nelle nuove generazioni e il rafforzamento di Venditalia come piattaforma globale di riferimento, insieme a una rinnovata strategia di comunicazione per accrescere la reputazione del settore.

“L’Italia dispone della filiera del vending più completa e avanzata d’Europa – conclude Trapletti – Abbiamo imprese che esportano tecnologia, competenze e qualità in tutto il mondo. Il nostro compito sarà accompagnare questa evoluzione, creando le condizioni affinché le aziende possano continuare a investire, innovare e competere sui mercati internazionali per consolidare il posizionamento del vending come uno dei protagonisti dei servizi automatici del futuro”.

La direzione fortemente guidata dalla visione di Trapletti tiene conto dei cambiamenti nelle abitudini dei consumatori – in particolare delle nuove generazioni – con l’obiettivo di rilanciare i consumi e rafforzare il ruolo economico del settore.

Sotto la sua guida, innovazione, sostenibilità e sviluppo diventeranno i pilastri del percorso: dall’impiego di intelligenza artificiale e connettività alla creazione di hub per l’innovazione, fino agli obiettivi di neutralità carbonica e all’espansione dei servizi h24. Il Piano prevede inoltre azioni concrete a supporto delle imprese, la valorizzazione del Made in Italy, investimenti nelle competenze e nelle nuove generazioni, il rafforzamento di Venditalia come piattaforma globale e una nuova strategia di comunicazione per accrescere la reputazione del settore.