



Nella foto: Paolo Bernasconi

## Bioplastica senza rincari

Nata nel '69 a Castel Maggiore, la Daem-Buonoristoro Vending Group è specializzata nella gestione di distributori automatici di bevande, gelati e prodotti da forno monodose per aziende, scuole, comunità e punti di ristoro in genere. L'impresa muove i primi passi rilevando un parco distributori automatici Faema, che propone ad aziende di Bologna e della provincia. In pochi anni l'affidabilità dei distributori utilizzati, la qualità dei prodotti impiegati e un'azione commerciale particolarmente aggressiva le consentono di affermarsi sul territorio come la più importante realtà del settore. Nei decenni successivi, Daem vive una costante e importante crescita, con acquisizioni e partecipazioni in Toscana, Veneto, Liguria e Trentino Alto Adige. Il 2015-2016 rappresenta il biennio dedicato agli investimenti finalizzati all'incremento del contenuto tecnologico ed ecologico dei servizi proposti: l'azienda lancia infatti sul mercato i progetti B.App e Hybrid Cup Buonoristoro. Oggi Daem-Buonoristoro Vending Group all'interno del suo stabilimento di 6.600 metri quadri occupa oltre 220 tra dipendenti e collaboratori, ha una filiale in Romania e può contare su numerose società consociate: tra queste Molinari, Dolomatic, Deltavending, Gedam, Service, Aromi, Bonci, Altomatic, Amigo, Modena Distributori, Govi, Distilly, Tillcaff. Ha chiuso il 2016 con un fatturato consolidato che supera i 120 milioni di euro, in crescita del 6% sull'anno precedente e del 10% sul 2014.

## Dal caffè alla frutta: la 'macchinetta' è cresciuta

Alla Daem anche una app per parlare con l'utente

Bicchieri in bioplastica dalla forma ergonomica; una app per pagare caffè e snack direttamente con il cellulare; alimenti sempre più di qualità e a filiera corta; per vegani; prodotti specifici per ogni luogo di lavoro...

**Paolo Bernasconi, consigliere delegato di Daem, titolare del marchio Buonoristoro: facile chiamarle soltanto 'macchinette del caffè'.**

"Eppure all'origine del nostro lavoro ci sono proprio le 'macchinette': i primi erogatori di bevande apparsi in Italia a fine anni '60, sull'onda lunga dei distributori di Coca-Cola".

**Vendete di tutto, dalle insalate ai gelati, passando per panini e snack. Il caffè conta ancora qualcosa?**

"Caffè e acqua, in Italia rappresentano ancora oggi i prodotti di punta, nonostante la varietà dell'offerta".

**Numeri?**

"I nostri 80mila distributori presenti in otto regioni e due Stati vendono 190mila bevande e 140mila snack al giorno. Incalcolabili i caffè".

**Le difficoltà?**

"La principale è che il nostro interlocutore

sono le aziende, ma il nostro cliente vero è l'utilizzatore finale, con cui non parliamo mai".

**Come fare?**

"Siamo stati i primi, tempo fa, a lanciare i primi focus group. E da un anno e mezzo abbiamo lanciato una nostra app oggi in uso da più di 10mila persone: i clienti possono pagare tramite cellulare, e soprattutto trasferirci preferenze, richieste, reclami".

**Le richieste più in voga oggi?**

"Cibi più salutari, come la frutta. Il problema è che, quando li inseriamo, magari proprio nella macchinetta dalla quale arriva la segnalazione, spesso rimangono lì e la gente continua a preferire gli snack...".

**Così presente nelle nostre vite quotidiane, sulle 'macchinette' circolano anche leggende e luoghi comuni.**

"Può chiedere".

**Quella principe è: c'è sempre una macchinetta di cui si narra faccia un caffè migliore.**

"Le condizioni (marca di caffè, quantità in grammi, acqua e settaggi), sono uguali per tutti. Anche se poi, a parità di tutto ciò, una macchina posta in un punto di maggiore

affluenza, che eroga quindi molti più caffè, può effettivamente fare un prodotto migliore. Perciò: sì, è vero... per metà".

**L'altra metà?**

"Fare un percorso più lungo per raggiungere una macchinetta più 'esotica', può anche essere un modo per distrarsi e prendersela più comoda".

**La vostra app sarà utile anche per vendere i dati di consumo alle aziende di marketing.**

"Ce li chiedono continuamente, ma non li avranno mai. Ne facciamo una scelta etica. Come quella che ci ha portato a investire a nostre spese sui bicchieri ecologici, realizzati su nostro progetto, e sostituirli in tutte e 80mila le nostre macchine in giro per l'Italia. Avremmo dovuto aumentare il prezzo del caffè per questo, ma non l'abbiamo fatto".

**Ne vale la pena?**

"Ogni nostro caffè, oggi, fa risparmiare all'ambiente 6,5 grammi di CO2. Moltiplicato per il numero di caffè equivale a mille tonnellate in meno all'anno, oltre 400 tonnellate di petrolio risparmiato. Rispettare l'ambiente è un dovere di tutti".

## I numeri dell'azienda

**1969** anno di nascita

L'impresa rileva un parco di distributori della Faema

**10** mila clienti

Usano oggi 'B.App' per pagare con il cellulare o per segnalazioni

**220** lavoratori

Tra dipendenti e collaboratori, con una filiale anche in Romania

**120** milioni di euro

Il fatturato del 2016, in crescita del 6% sull'anno prima