

Il 13 aprile si è svolta a Roma la prima delle tappe del “**Bianchi Vending Day**”, un road show che l’Azienda ha organizzato per presentare ai clienti, acquisiti e potenziali, l’intera gamma dei suoi distributori automatici.

In linea con la recente tendenza che vuole il vending sempre più itinerante e propenso ad incontrare sia gli operatori del settore che i consumatori in location non convenzionali, per la tappa di Roma Bianchi Vending ha scelto il SET, una struttura inaugurata a gennaio di quest’anno nel cuore della Capitale.

Moderno e modulare, lo Spazio Eventi Tirso rispecchia in pieno il carattere e le linee dei distributori automatici firmati Bianchi Vending e ha dimostrato di essere il luogo ideale per un incontro informale e, allo stesso tempo, professionale tra gli operatori del settore.

Proprio a partire dalla non convenzionalità della location, prende avvio il nostro incontro con **Luca Parolari**, amministratore delegato di Bianchi Vending Group.

duta su una location e su un evento fuori dagli schemi?

Un evento strutturato come i nostri “Bianchi Vending Days” offre all’operatore tutto il tempo necessario per apprendere le informazioni relative ai prodotti e per apprezzare i dettagli tecnici osservando le macchine da vicino. Il tutto col piacere di incontrarsi e scambiare quattro chiacchiere davanti a un aperitivo, il che alleggerisce la consueta formalità degli incontri commerciali.

Per il nostro tour abbiamo stabilito tre appuntamenti: oltre quello di aprile a Roma aperto agli operatori del Centro Italia, ne prevediamo uno a giugno a Nord e, successivamente, fisseremo un ulteriore incontro in una città del Sud Italia.

Ci auguriamo che alla fine dei “Bianchi Vending Days” la gran parte degli operatori italiani del vending abbia potuto apprezzare le nostre macchine.

In verità, il biglietto d’invito all’evento lasciava presupporre un’occasione

organizzata per presentare esclusivamente LEI 500, la nuova nata della gamma. In realtà Bianchi Vending ha proposto tutte le sue macchine, anche quelle ormai affermate sul mercato. Come mai?

Perché le novità riguardano un po’ tutta la nostra produzione: una parte dell’esposizione

rappresenta, potrei dire, la tradizione rinnovata e l’altra rappresenta l’innovazione vera e propria.

Le macchine tradizionali sono reduci da un completo restyling delle linee,



*pur mantenendo le già note caratteristiche tecnologiche perfezionate da alcuni accorgimenti sostanziali. Del nuovo look, ad esempio, vorrei evidenziare in modelli come **LEI 400** e **LEI 600** la porta piatta dotata di pannello protettivo in lexan. Si tratta di un particolare policarbonato, infrangibile e resistente alle alte temperature, facilmente asportabile per poterne favorire la personalizzazione e adeguare il distributore agli standard estetici delle altre macchine abbinate. Altra caratteristica, lanciata già a Host 2011 e ora entrata a regime nella produzione, è l’illuminazione a LED che garantisce risparmio energetico e dà alle macchine una connotazione eco-friendly, grazie alla quale sulla gamma **Vista** abbiamo ottenuto la certificazione europea A++ per i consumi.*

Restando in tema di dimensioni, un’altra novità di Bianchi Vending è la LEI 2 Cups, una macchina in controtendenza rispetto all’attuale andamento del mercato. Ce ne vuole parlare?

LEI 2 Cups è senz’altro la Ferrari della nostra produzione per le bevande calde ed è una macchina che sfida il mercato proponendosi per le sue grandi capacità, in un momento in cui le macchine più vendute sono quelle di medie dimensioni, in adeguamento al calo dei consumi che si registra, purtroppo, anche nel vending. Come il nome fa intendere, in LEI 2 Cups



Dottor Parolari la incontriamo in un contesto atipico, lontano dagli standard della classica fiera di settore, per scoprire le ultime novità di Bianchi Vending. Come mai la scelta è ca-



tutto è raddoppiato.

Con una **capacità di 1.200 bicchieri**, questo distributore propone due miscele di caffè in modo che il gestore possa rispondere alle esigenze di tutti i consumatori presenti in una postazione, offrendo sia una miscela "a buon prezzo" che una seconda di qualità superiore, la quale, naturalmente, avrà un prezzo più alto. Ma il **doppio serbatoio** può anche semplicemente essere utilizzato per avere una scorta di prodotto quantitativamente raddoppiata, per quelle postazioni in cui l'alto numero di battute obbligherebbe il caricatore a visite ravvicinate. Distanziare i caricamenti rappresenta per il gestore un **risparmio sui costi** e la garanzia di avere scorte sufficienti affinché il cliente non debba rinunciare al suo espresso perché esaurito.

Come accennavo poco fa, **Lei 2 Cups** ha una capacità di bicchieri di 1.200 unità e consente di gestire due diverse tipologie di bicchieri, che possono essere bicchiere in plastica e bicchiere in cartoncino oppure bicchiere standard da 166 cc e bicchiere di maggiori capacità, il tipico contenitore per il "coffee to go" molto utilizzato all'estero.

Devo dire che molte delle novità che presentiamo quest'anno al mercato italiano le abbiamo già sperimentate in altri Paesi, soprattutto in **Francia**

e in **Germania**. Vorremmo far comprendere come differenziare l'offerta possa **incrementare le vendite**, senza incidere in maniera sostanziale sui prezzi.

Ci spiega meglio questo concetto?

Glielo spiego illustrandole un'altra delle novità per il mercato italiano, già diffusa in quello francese: il **kit topping**. È un plus che abbiamo voluto inserire per creare delle bevande di tipo premium, che possano risultare intriganti per il consumatore, che accontentino anche i palati più raffinati e che, contemporaneamente, diano impulso ai consumi, sollecitati dalla novità. Tecnicamente si tratta di un kit costituito da due pompe che a fine erogazione spingono una spruzzata di **sciroppo aromatizzato**, creando il cosiddetto topping. Ciò che fino a ieri si poteva gustare solo al bar, oggi è possibile ottenerlo anche grazie a un distributore automatico Bianchi Vending. È una novità che abbiamo voluto offrire per tutte le bevande a base di caffè e di latte, che possono essere aromatizzate con uno sciroppo al cioccolato, alla vaniglia o alla nocciola. Non contenti, abbiamo previsto una seconda tipologia di topping, se vogliamo ancora più sofisticata: inve-

ce di terminare la bevanda con una spruzzata di liquido, la si può completare con una polvere di cacao o di nocciola o, ancora, con delle scaglie di cioccolato. E va detto che l'aggiunta di tanta bontà incide per **pochi centesimi** sul costo della bevanda; pochi centesimi che però fanno la differenza nell'offerta al consumatore.

Diamo spazio alla madrina dei "Bianchi Vending Days": Lei 500. È una macchina perfettamente adeguata ai nostri tempi e per più motivi. Ce ne parla?

È esattamente così. **Lei 500** risponde perfettamente alle esigenze del mercato in un periodo in cui diventa sempre più difficile per i costruttori proporre macchine ad alta capacità e per i gestori affrontarne i costi e individuare le postazioni idonee in cui collocarle. **Lei 500** è la giusta soluzione non solo per le sue capacità: 500 bicchieri con 3 solubili aggiuntivi – orzo, decaffeinato e ginseng, oltre a zucchero, latte, cioccolato, the e caffè in grani – rappresentano una giusta via di mezzo. A questo va aggiunta la **modularità** di Lei 500 e, di conseguenza, le possibilità di personalizzazione che offre.

Intanto devo sottolineare che la nuova

Lei 500 ha subito un **totale restyling** e si presenta oggi con un layout moderno e accattivante. La realizziamo in **tre versioni** diverse proponendo tre differenti tipi di tastiera: a **membrana, tattile o full touch**. Il gestore può scegliere la più adatta alle esigenze della locazione in cui va ad installarla o modificarne nel tempo l'assetto, data la modularità della soluzione.

La **porta** è estremamente **leggera** perché sgravata dal peso e dall'ingombro costituito dalla giostra bicchieri e anche dal contenitore delle palette. Abbiamo realizzato un **braccio separato**, interno alla macchina, dove trovano alloggio sia porta bicchieri e porta palette che il contenitore dello zucchero e ciò dà al distributore un valore aggiunto. Lo spazio prima occupato dal serbatoio dello zucchero, normalmente allineato con quelli delle altre bevande, ha lasciato il posto a contenitori per solubili aggiuntivi, quali possono essere il **ginseng, l'orzo e il decaffeinato**. La macchina, dunque, offre una scelta più ampia di bevande senza che questo incida sulle dimensioni.

Con questo tipo di soluzioni vogliamo essere sempre più vicini al consumatore, proponendo un'offerta più ampia e diversificata. Ma l'attenzione di Bianchi Vending per il consumatore non si esaurisce qui come dimostrano altri particolari. Lei 500 è, infatti, una **macchina easy-to-use**, grazie ad

un "sentiero luminoso" che guida l'acquistante: dall'inserimento della moneta fino all'erogazione del prodotto e del resto. In questo modo è la macchina stessa ad indicare gli step da seguire per ottenere la bevanda prescelta.

Va detto ancora che anche Lei 500 gestisce la **doppia campana** di caffè, oltre ad essere personalizzabile in base alle esigenze del cliente. Infine, per alleggerire il lavoro del caricatore, Lei 500 è dotata di un nuovo **sistema di aspirazione** che ne facilita le operazioni di pulizia e la tiene sempre in condizioni igieniche ottimali.

Prima di passare ad altro tipo di argomenti, soffermiamoci su DUO, una macchina che non è più una novità visto che se ne è tanto parlato nell'ultimo anno e che ha già ricevuto importanti riconoscimenti. Ultimamente DUO ha fatto un passo avanti verso il vending. Cosa è cambiato?

Sostanzialmente nulla dal punto di vista della tipologia e delle caratteristiche tecniche. In realtà **DUO** è nata come macchina free-vend, quindi più adatta alle collocazioni del settore Ho.Re.Ca., ma poi è stata dotata di accettatore e può essere gestita con chiavi e monete, opzioni che la rendono adatta oggi anche al vending.

DUO è ormai un prodotto consolidato, progettato, realizzato e commercializzato da Bianchi Vending ed è una mac-

china pensata per il cosiddetto CWS, il **Coffee&Water System**, per risolvere in un'unica soluzione due esigenze fondamentali degli ambienti di lavoro: avere sempre a disposizione un buon espresso e un bicchiere d'acqua fresca facendo riferimento ad un unico fornitore. Ma siccome Bianchi quando fa le sue macchine tende al massimo, abbiamo voluto realizzare anche in questo caso un prodotto al top. Per poter ottenere i risultati migliori anche per quanto concerne l'erogazione dell'acqua, abbiamo voluto la collaborazione di un leader mondiale del settore, l'azienda **Waterlogic**.

DUO sostituisce in pieno il servizio boccioni essendo collegato direttamente alla rete idrica ed è dotato di un sistema di sanificazione dell'acqua a **raggi ultravioletti** che ne garantisce la purezza.

Con DUO è possibile ottenere acqua naturale a **temperatura ambiente** e acqua **liscia e gassata** fredde, così da coprire tutte le esigenze.

Per quanto riguarda la sezione dedicata alle bevande calde, è un distributore da **8 selezioni personalizzabili** a partire da una base costituita da caffè, latte, cioccolata, acqua calda a scelta. Tutto viene gestito attraverso uno **schermo touch da 7"** che può essere personalizzato col logo dell'azienda che l'accoglie, in modo che l'angolo ristoro diventi sempre più parte della propria attività.



DUO è però una macchina semi-automatica. Per quali collocazioni è stata pensata?

*DUO non può essere considerato a tutti gli effetti un distributore automatico, in quanto la gestione di bicchieri, palette e zucchero è manuale. Devo dire però che la macchina è stata concepita affinché tutti gli accessori siano ben alloggiati e funzionali, motivo per il quale l'abbiamo dotata anche di **vassoio per il trasporto** delle bevande alla postazione di lavoro. Per rispondere alla sua domanda, le collocazioni ideali di una macchina così concepita sono molteplici: dagli uffici direzionali alle sale riunioni, dalle banche ai beauty center, dalle sale d'attesa agli studi professionali. Una serie di luoghi di lavoro in cui i consumi non giustificerebbero la gestione di un distributore automatico vero e proprio e in cui l'eleganza*

dell'angolo ristoro ha una sua valenza. DUO, infatti, è una macchina dalle linee sobrie, facilmente inseribile in qualsiasi tipologia d'arredo e, ripeto, personalizzabile affinché il cliente la senta parte della propria azienda.

È ormai chiaro che Bianchi Vending ha fatto grandi passi verso la personalizzazione, intesa come un mezzo atto a ridurre sempre di più le distanze tra produttore e gestore e tra quest'ultimo e il consumatore finale. Ma sembra anche chiaro che l'Azienda stia procedendo con cautela per quanto concerne le ultimissime tecnologie. Mi riferisco ai monitor interattivi, agli schermi digitali di cui tanto si parla anche nel vending. Come mai?

L'argomento è, invece molto interessante, in quanto la comunicazione è oggi fondamentale. Bianchi ci sta già lavorando,

*come dimostra l'esistenza di **monitor** su alcuni nostri modelli o, comunque, la possibilità di inserirli su richiesta. Riteniamo che non sia ancora giunto il momento di fare grossi investimenti su questo tipo di tecnologia, in quanto crediamo che sia i gestori che i consumatori non siano ancora pronti per utilizzarla con disinvoltura o avendo le idee chiare dell'uso che se ne vuole fare. I tempi matureranno e, stia certa, che Bianchi Vending non si farà cogliere impreparata e sarà pronta anche in questo caso a presentare le sue soluzioni al mercato. Probabilmente occorrerà essere pronti a fornire non solo la tecnologia ma anche l'elaborazione dei contenuti, in modo da offrire un servizio vero e proprio. Ne riparleremo a tempo debito.*

Parliamo del futuro. Dopo alterne vicende, Bianchi Vending sembra oggi lanciato in un percorso di crescita costante. Quali sono i vostri obiettivi futuri?

*Ci siamo posti quattro obiettivi fondamentali. Prima di tutto **espandere il nostro brand** in aree geografiche in cui non siamo ancora presenti sia in Italia che all'estero e raggiungere una penetrazione più capillare del mercato sia nel vending che nel settore Ho.re.ca.*

*Secondo obiettivo è **l'ampliamento della gamma dei prodotti**, una strada che abbiamo già intrapreso nel 2012 e che intendiamo perseguire con costanza anche in futuro.*

*Altro importante punto del nostro programma di crescita è l'uso di **tecnologie innovative**. Non mi riferisco soltanto alla realizzazione di touchscreen da inserire sui nostri distributori, ma anche e soprattutto al perfezionamento della componentistica modulare delle macchine. Riuscire a rendere le parti quanto più possibile interscambiabili, vuol dire raggiungere un'intesa sempre maggiore col proprio partner commerciale, perché lo si mette nelle condizioni di modificare la macchina a seconda delle esigenze della location, del momento, del cliente e così via.*





Roberto Rota

te e così via.

Infine dare sempre maggiore **importanza ai servizi**. Abbiamo un Customer Care che gestisce il personale tecnico specializzato sul territorio, che visita i clienti fornendo loro informazione e aggiornamenti, essenziali per gestire tutti i distributori della linea Bianchi Vending. Inoltre a Torino, disponibile ormai da anni, esiste una struttura con 25.000 articoli, ossia la

ricambistica destinata al mercato italiano ed estero. Vorrei ricordare che a capo del Customer Care, Bianchi Vending si avvale della lunga esperienza di **Roberto Rota**. Gli anni trascorsi all'interno dell'Azienda lo hanno portato a ricoprire un ruolo di grande responsabilità e ad essere un punto di riferimento fondamentale per il nostro team tecnico e per i nostri clienti. Per completare il discorso relativo

alla parte tecnica, voglio ricordare che presso la nostra accademia la "**Bianchi Academy**" svolgiamo corsi di training, ai quali invitiamo i nostri partner affinché siano sempre preparati sui prodotti che lanciamo sul mercato.

Un'ultima domanda. L'ambiente rappresenta un aspetto sempre più importante nella produzione industriale. Cosa fa Bianchi Vending a questo proposito?

Bianchi Vending è da sempre molto attenta alle proble-

matiche legate alla sostenibilità e al rispetto dell'ambiente. I nostri stabilimenti di Zingonia di Verdellino e di Latina sono certificati **ISO 14000** ed utilizziamo macchinari moderni per produrre componentistica ad alto tasso di riciclo, facendo attenzione a limitare le emissioni di elementi nocivi nell'ambiente. Abbiamo sostituito la normale illuminazione con luci a LED e i nostri distributori del freddo sono certificati classe A. Il modello Vista M è certificato classe A++ un particolare molto importante per i nostri partner perché consente loro di partecipare alle **gare d'appalto** nei cui capitoli questo elemento è fondamentale, pena l'esclusione.

Bianchi Vending può essere definita a tutti gli effetti un'Azienda lanciata verso il futuro con grande attenzione verso i partner commerciali e verso i consumatori...

Assolutamente sì. Il nostro obiettivo è di offrire al mercato affidabilità e alta tecnologia dei prodotti firmati da un'Azienda storica del vending italiano che in 50 anni d'attività è divenuta il secondo produttore europeo. Attraverso le sue 7 filiali si è affermata in 40 Paesi, ha sempre investito nella crescita ed è fermamente convinta che i prodotti "**made in Italy**" siano i migliori.

