



VENDING

& OFFICE COFFEE SERVICE

NEWS

Display & Digital Signage Solutions

WTD™

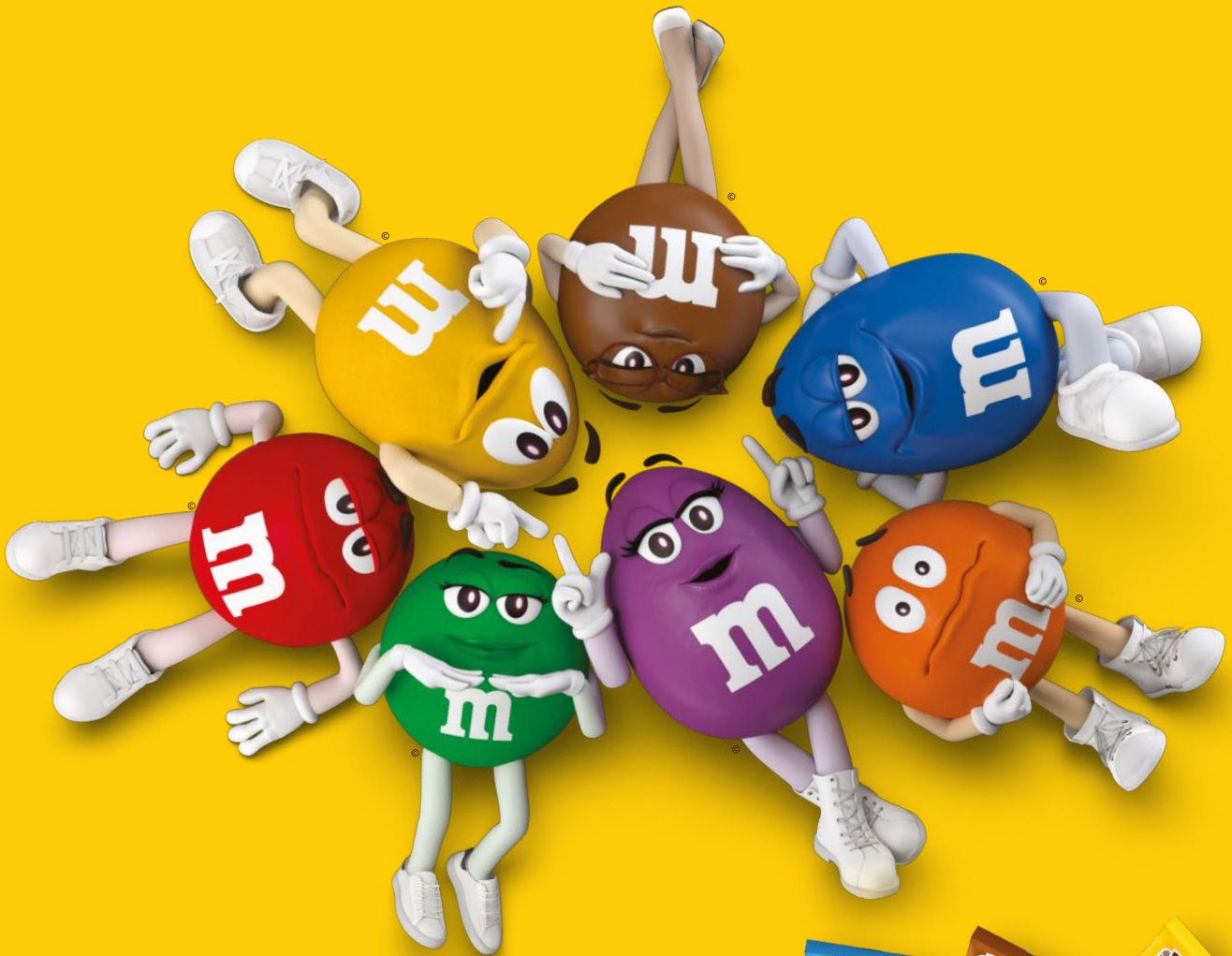
WORLD TRADE DISPLAY

worldtradedisplay.com

Numero 73 - Anno 2024

m&m's®

colourful fun for everyone



Gustali subito
On the GO





LIBERTY

UN PARTNER AFFIDABILE PER UN BUSINESS DI SUCCESSO

Nel 2004 **Martino Bresciani** fonda a **Kiev**, in Ucraina, la società **Liberty Ukraine LCC** con l'obiettivo di commercializzare nei Paesi dell'Est Europa **macchine da caffè made in Italy per i canali Vending e Horeca**. In breve tempo l'attività cresce, sia per tipologia di prodotto che per varietà e profondità dell'offerta, capace di coprire tutte le esigenze degli operatori professionali dei canali di riferimento.

Di recente, l'azienda ha dato una forte spinta all'attività e, attraverso la partnership strategica con il leader di mercato **Jetinno**, produttore cinese di macchine da caffè, mira ad avvicinare i Paesi mediterranei. Per conoscere meglio la Liberty Ukraine, abbiamo intervistato **Andrea Bresciani**, figlio del fondatore, che nell'azienda occupa il ruolo di **vice direttore**.

Come e su quale progetto è nata l'azienda?

Liberty nasce circa 30 anni fa durante un viaggio di lavoro che mio padre ed io facemmo a Kiev. A quei tempi il paese era privo di qualsiasi attività commerciale, l'automobile era cosa rara, c'era tanta po-

vertà. D'altra parte, l'Ucraina usciva da un periodo storico difficile, dove veniva garantito il minimo sostentamento ma nulla di più. Eppure, quel popolo si stava aprendo piano piano alle novità e alle opportunità offerte dal mondo occidentale e cresceva sempre di più l'interesse e la richiesta di prodotti made in Italy, sinonimo di qualità a livello mondiale. **Ci rendemmo conto che una nazione di cinquanta milioni di abitanti poteva essere un'importante opportunità di business**, nonostante tutte le difficoltà. Così avviammo il nostro progetto, sfidando ogni previsione, e il tempo ci ha dato ragione.

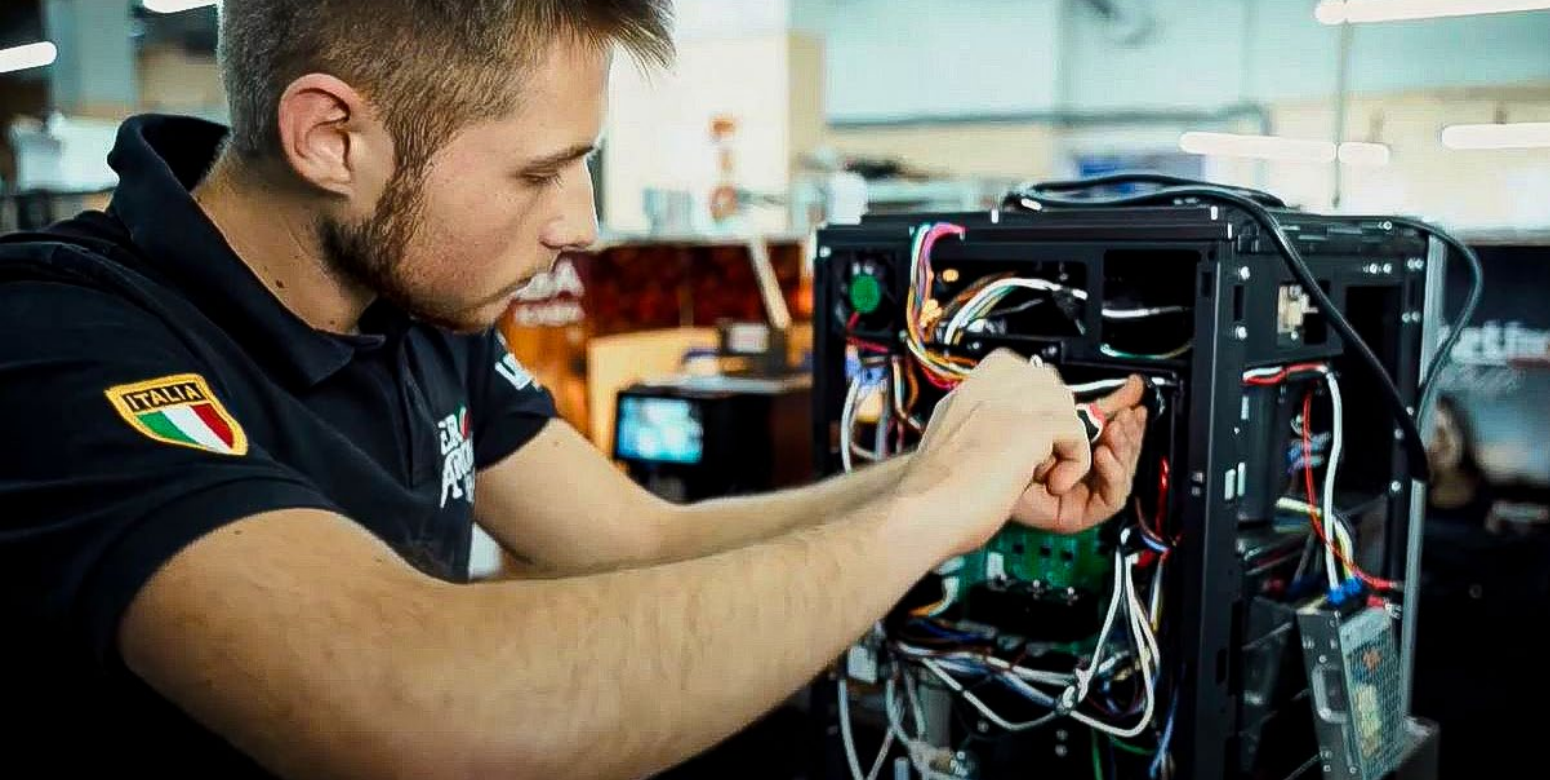
Quali sono i marchi italiani del vostro portafoglio?

Oggi ci consideriamo **un operatore globale del caffè**. I numeri crescenti ci hanno permesso di sviluppare una serie di **brand di nostra proprietà** con un'ampia gamma di referenze per soddisfare qualsiasi esigenza commerciale. Ne cito qualcuno: **Dolce Aroma, Dolce Natura, Dorado, Martino Cè, Felice Caffè, Dr. Coffe e Liberty's**. Importiamo dall'Italia prodotti della **Prontofoods**, della **Torrefazione Poli** e della **Gimka**. Dal Brasile, invece, facciamo arrivare il caffè solubile. Per quanto riguarda le macchine da caffè importiamo dall'Italia **Saeco e Necta** e dalla Cina **Dr. Coffee e Jetinno**. Abbiamo stretto recentemente una nuova collaborazione con l'azienda cinese **Tcn** per la commercializzazione di distributori automatici di snack e bevande, mentre sono in fase di definizione altri accordi commerciali che andranno ad arricchire la già ampia gamma di prodotto.

In che modo siete riusciti a far accettare il nostro caffè in Paesi che non hanno la tradizione dell'espresso?

Il mercato era principalmente basato sul consumo del caffè liofilizzato promosso da colossi del caffè, allora già presenti. Come ho accennato prima, quando siamo arrivati noi, c'era nel Paese tanta voglia di aprire all'occidente, alle abitudini e ai piccoli piaceri dell'Italia, famosa nel mondo per le sue eccellenze.





Abbiamo offerto al mercato il chicco di caffè, un prodotto nuovo e di qualità italiana, che oggi rappresenta il 70% del consumo, mentre il caffè liofilizzato che al tempo dominava il mercato, oggi rappresenta il 30% del consumo interno.

La vostra proposta si è via via ampliata, comprendendo anche prodotti e servizi accessori. Quali?

Abbiamo iniziato importando distributori automatici a marchio Saeco, ottenendo il mandato di esclusiva. Conseguentemente ed inevitabilmente abbiamo aperto **un reparto dedicato alla riparazione e alla rigenerazione dei distributori di bevande**, che oggi si avvale di 25 tecnici esperti ed offre una completa assistenza tecnica e post-vendita. Abbiamo costituito un reparto altamente fornito di **ricambistica** che oggi conta più di **diecimila referenze** e possiamo garantire assistenza sulle macchine anche da remoto.

Avete un vostro stabilimento di produzione. Dove si trova e cosa produce?

Sì, in azienda abbiamo **un reparto dedicato al confezionamento di caffè liofilizzato** destinato al mercato dell'est Europa; un secondo reparto è dedicato al confezionamento di stick di zucchero che personalizziamo e brandizziamo in base alle marche del caffè.

Com'è organizzata la logistica?

La sede principale e il deposito si trovano a Kiev. Da qui garantiamo in tutta l'Ucraina l'evasione degli ordini in 24 ore. **Abbiamo un magazzino doganale a Trieste**, dove riceviamo le merci provenienti dal mare per poi distribuirle in tutta Europa.

Il vostro quartier generale è a Kiev. Il conflitto in atto ha inciso sul vostro business?

L'azienda ha sempre operato, non si è mai fermata nonostante le difficoltà comportate da una guerra.

Di recente avete stretto un accordo col produttore cinese Jetinno. Com'è nato e quali obiettivi vi ponete?

Tutto è nato dalle richieste del mercato. Noi siamo stati intuitivi e veloci a cogliere, e talvolta anche ad anticipare, le esigenze e i segnali che arrivavano. **Il mercato ucraino** è sempre alla ricerca di novità ed è **molto attento alla tecnologia e alla qualità del prodotto**. La partnership stretta con **Jetinno** nasce proprio dal fatto che i suoi prodotti sono un concentrato di tecnologia, realizzati con materiali di alta qualità e componentistica proveniente dai più importanti produttori a livello mondiale. Le macchine vengono prodotte in Svizzera, le pompe in Italia, i boiler in Svezia, i raccordi in Germania.

Jetinno vanta 140 brevetti a livello mondiale, è uno dei primi produttori ad offrire **un software avanzato per la telemetria** che permette al gestore di verificare a distanza il buon funzionamento dell'apparecchio, i consumi e i dosaggi, oltre a gestire ricette e i parametri generali.





Con quali strategie intendete conquistare i Paesi dell'Europa occidentale?

Con la presenza capillare. È nostra intenzione **presidiare ogni nazione con un nostro show room** per presentare tutte le novità e testare i nostri prodotti in presenza del cliente.

Siete sul mercato da un quarto di secolo. Com'è cambiato il Vending in Est Europa in questi anni?

Posso dire che il mercato del Vending nei paesi est-europei si è costruito negli ultimi 25 anni. Oggi la tendenza è verso macchine table-top di dimensioni contenute con grandi touch screen, la possibilità di avere più bevande anche fredde, di effettuare transazioni veloci con i nuovi sistemi di pagamento, un trend che, credo, crescerà sempre di più in tutt'Europa.

