

Aziende socie BCC Roma. Vetrina impresa/2



Il buon caffè alla portata di tutti

“Di To Break” è realtà leader a Roma e nel Lazio nel settore della distribuzione di caffè in capsule. Nata nel 1990 come azienda indipendente è poi diventata il maggiore concessionario Lavazza nel mondo. Un percorso di successo costruito nei decenni con determinazione e impegno. Ne abbiamo parlato con il responsabile dell’azienda e socio BCC Roma **Gianfranco Di Tommaso**



Signor Di Tommaso, come ha mosso i primi passi la “Di To Break”?

Ho iniziato nel 1990, ma c’è da dire che venivo già da una esperienza nel mondo del commercio, che mi è servita molto quando ho deciso di aprire un’azienda in proprio. Sono partito da un piccolo locale che avevo sotto casa mia: facevo pressoché tutto da solo, dalla ricerca dei clienti all’installazione delle macchine per il caffè. Per conoscere meglio il settore sono andato anche in Germania per guardare come lavoravano le aziende che erano in questo campo già da decenni.

Poi c’è stato il salto, quando



di grandi aziende. Ma forniamo anche le macchine per il caffè, quelle per il consumo domestico e quelle distributrici, di grandi dimensioni. Le offriamo al cliente in comodato d'uso gratuito, basta solo acquistare nel tempo le capsule. Insomma, siamo in grado di seguire sia chi ha bisogno di uno o due caffè al giorno, sia una struttura (pensiamo agli ospedali) che ne consuma quotidianamente anche mille. Adesso abbiamo una nuova macchina elettronica per il caffè, la "Firma", sempre prodotta da Lavazza, che stiamo portando anche in altre regioni d'Italia. Consideri che Lavazza vende 3 miliardi di capsule in tutto il mondo. Il fatto è che oggi nelle case degli italiani si usa sempre meno la moka e sempre più la mac-

"Ormai siamo in 100 a lavorare in Di To Break, perché per seguire al meglio l'attività in continua crescita bisogna essere in tanti, ma anche perché noi non esternalizziamo"

di grandi aziende. Ma forniamo anche le macchine per il caffè, quelle per il consumo domestico e quelle distributrici, di grandi dimensioni. Le offriamo al cliente in comodato d'uso gratuito, basta solo acquistare nel tempo le capsule. Insomma, siamo in grado di seguire sia chi ha bisogno di uno o due caffè al giorno, sia una struttura (pensiamo agli ospedali) che ne consuma quotidianamente anche mille. Adesso abbiamo una nuova macchina elettronica per il caffè, la "Firma", sempre prodotta da Lavazza, che stiamo portando anche in altre regioni d'Italia. Consideri che Lavazza vende 3 miliardi di capsule in tutto il mondo. Il fatto è che oggi nelle case degli italiani si usa sempre meno la moka e sempre più la mac-

ha iniziato a collaborare con la Lavazza...

Sì. All'inizio lavoravo con un caffè in grani che commerciavo con il marchio "Di To Break", e lo distribuivo insieme alle macchine. Visto che la mia attività andava bene e che avevo iniziato a farmi notare, la Lavazza mi propose di passare a lavorare con loro. Io, dopo averci pensato un po', accettai e sposai il loro marchio, consapevole della qualità eccellente del prodotto che proponevano. Oggi posso dire che si è trattato di una scelta vincente. Pensi che prima di lavorare con la Lavazza vendevo l'equivalente di circa 240mila tazzine di caffè al mese. Niente male. Ma oggi siamo a quota 2 milioni e mezzo. In un recente meeting, durante il quale abbiamo festeggiato i 25 anni dell'azienda, abbiamo calcolato che mettendo in fila i pezzi venduti in un anno possiamo arrivare in Alaska e ritornare.

Dove lavorate principalmente?

Soprattutto nella zona di Roma e del Lazio, ed è così che siamo diventati la principale concessionaria della Lavazza nel mondo. Al punto che proprio Lavazza mi ha chiesto

consulenze per allargare le vendite all'estero, in particolare Lettonia e Lituania.

Ci dia qualche numero...

Nel Lazio oggi abbiamo circa 30mila clienti e contiamo di arrivare a 50mila. Si tratta sia di privati che





Obiettivi per il futuro?

Al momento il nostro obiettivo è rinforzare il “vivaio Ditobreak”. Cerchiamo costantemente giovani capaci. Ad esempio tecnici elettromeccanici da far crescere professionalmente, perché anche nel nostro settore sta avanzando la tecnologia. Abbiamo inoltre allargato gli spazi: adesso abbiamo un’area di ben 5mila metri quadrati. È un segno della nostra volontà di crescita, della nostra fiducia nel mercato del caffè, che ha retto tutto sommato bene anche a questi anni di crisi. È per questo che proseguo la mia attività con entusiasmo: sono partito da zero e in meno di 30 anni ho raggiunto insieme alla mia squadra traguardi davvero importanti. Per “Di To Break” il futuro è aperto.

G.P.

china: la capsula permette di mantenere la macinatura sempre fresca, con un aroma che rimane intenso. **Passiamo all’azienda. Come è organizzata?**

Ormai siamo in 100 a lavorare in “Di To Break”, perché per seguire al meglio l’attività in continua crescita di cui ho parlato bisogna essere in tanti, ma anche perché noi non esternalizziamo. Abbiamo all’interno un call center che si occupa di cercare potenziali clienti, mentre i nostri addetti commerciali sono un po’ ovunque: li potete trovare nei supermercati o nelle feste di paese con il loro stand. Ci occupiamo anche della consegna dei prodotti, con personale esperto a cui facciamo un dettagliato corso di formazione. Per non parlare della nostra officina, con tecnici capaci che riparano le macchine (un servizio che offriamo gra-



tuitamente al cliente). Mi lasci aggiungere che la “Di To Break” è ormai alla seconda generazione: i miei figli lavorano con me. E mia moglie anche: ha lasciato il suo posto di insegnante perché ha creduto fortemente nel progetto.

“Di To Break”

Via Casilina, 1573 - Roma
tel. +39 06 202 3688
www.ditobreak.it