

CORRIERE DELLA SERA

180

La storia

di Michela Offredi

Dalla disperazione alla soddisfazione di vedere un'attività funzionare e crescere di giorno in giorno: in tempi assunti come quelli ai quali la pandemia ci sta abituando, capita anche questo. È successo a due imprenditori, Andrea Togni, 36 anni di Almè, e Damiano Vassalli, 38 anni, di Albino. Il primo titolare della discoteca Evolution Café, l'altro organizzatore di eventi. Fermi da febbraio, hanno capito che per mesi non ci sarebbe stato spazio per musica e divertimento dal vivo, e hanno deciso di reinventarsi. Il fine è rimasto lo stesso, regalare «un sorriso, magari un'emozione». A cambiare è stato il mezzo, perché ora lo fanno attraverso il cibo. E con la piattaforma di ordinazione e consegna di piatti e bevande, BgEat, da loro ideata e lanciata a giugno. «Abbiamo pensato — spiega Vassalli — di fare incontrare le esigenze di due categorie colpite, in modo diverso, da questa crisi: quelle dei ristoratori e quelle dei clienti». Non tanto a Bergamo (perché lì i grandi marchi del food delivery esistono da tempo), ma in provincia, «dove gli altri non arrivano» (per citare il claim che accompagna la loro start-up).

La scelta si è rivelata vincente: i numeri di BgEat, oggi conta 4 mila iscritti, crescono di settimana in settimana. «Siamo partiti — prosegue Togni — nei comuni dove viviamo, Almè e Albino,

Dalle notti in discoteca alla consegna di cibo Ora per 100 ristoranti

L'invenzione di BgEat: come obiettivo tutta la provincia



Insieme Da sinistra Togni, Nembrini, Vassalli e Masserini, coinvolti nell'avventura

e in quelli vicini. Inizialmente avevamo 40 ristoranti e 4-5 fattorini. Ora i primi sono un centinaio e oltre a tutta la Val Seriana, raggiungiamo la città e la sua cintura, da Gorle a Poneranica. Stiamo lavorando per potenziare la Valle Brembana e l'Isola. Entro la primavera 2021 vorremmo coprire l'80% della provincia». Anche i collaboratori sono aumentati. «Fra i "rider" e le persone impegnate nell'attività commerciale e promozio-

nale, ora siamo una quarantina — dice Roberto Nembrini, 37 anni, innovation manager di Pradalunga che si è unito al duo come consulente —. Quelli che lavorano con noi dall'inizio hanno un contratto part-time a tempo determinato. Alcuni hanno la partita Iva. Chi nei mesi si è aggiunto per far fronte alla richiesta ha un contratto a progetto ma, se le cose proseguiranno così, saranno ulteriormente regolarizzati. Abbiamo molti universitari, ma pure adulti che sono rimasti senza lavoro o che hanno bisogno di arrotondare».

Ognuno «presidia» in auto il territorio nel quale vive, così da mantenere l'impegno sostenibile e «il cibo buono» («il tutto è studiato per non

andare oltre i 13-14 minuti»). Gli ordini (per i quali prendono una percentuale dai ristoratori) si fanno online, i pagamenti con carta di credito o contanti, le consegne per lo più a casa (anche se il cliente può passare direttamente a ritirare il suo sacchetto). Dalla pizza alle bollicine, dai sushi al gelato, dal menù indiano a quello tipico, «senza dimenticare — precisano — i ristoranti gourmet, che sono il nostro fiore all'occhiello»: la scelta è ampia. Ed è destinata a crescere, non solo sul fronte enogastronomico ma anche «per altri servizi — aggiunge Nembrini —. Stiamo immaginando di consegnare la spesa o gli abiti del lavasecco. E nel 2021 apriremo una campagna di crowdfunding per poi esportare il nostro modello in altre province». Non mancano le notti in discoteca? «Un po' — confessa Vassalli che, nei giorni più intensi (il sabato sera si contano circa 350 ordini, ndr), come il collega, effettua le consegne —, ma è una bella sensazione quando inizi col ristoratore che ti ringrazia, perché gli offri una vetrina e un pubblico più ampi, e concludi col sorriso del cliente che ti è grato perché lo raggiungi con qualcosa di buono».

© RIPRODUZIONE AUTORIZZATA

La vicenda

● L'idea di Andrea Togni, titolare dell'Evolution Café di Villa d'Almè, e di Damiano Vassalli, organizzatore di eventi, di Albino, è nata da una constatazione sull'andamento del loro settore con la crisi epidemica

● Hanno deciso di dare una svolta e inventare un nuovo lavoro partendo dalla valutazione di un servizio che ancora mancava

L'AZIENDA INVENTATA

Da luglio a febbraio 12 mila consegne in 60 comuni
Campagna di crowdfunding per supportare la crescita

Il delivery in provincia funziona BgEat cambia e punta a espandersi

Nuovo nome, TvbeEat, per esportare il modello in altri territori: si parte da Lodi e Cremona

Dalle vallate bergamasche a quelle di tutta Italia. BgEat, il servizio di consegna a domicilio creato nove mesi fa da due under 40 appartenenti al «mondo delle discoteche e della notte» e bloccati dalla pandemia, si prepara a conquistare la Penisola. E a diventare, fedele al motto «Arriviamo dove gli altri non arrivano», la prima piattaforma di local-delivery che in tutta Italia consegnerà cibo (ma non solo) in provincia e nei paesi sotto i 50 mila abitanti. La bella favola di Andrea Togni, 37 anni di Almere e titolare dell'Evolution Café di Paladina, e di Damiano Vassalli, 36enne di Albino con 15 anni di esperienza nell'organizzazione di eventi, prosegue ora con un nuovo nome, TvbeEat, e verso ampi orizzonti: l'obiettivo è raggiungere col servizio 10 nuove province nel 2021, alle quali aggiungerne poi altre 20 entro il 2025.

«L'idea — spiega Togni — è nata per aiutare i piccoli ristoratori in questa crisi e per colmare il gap nei servizi di consegna a domicilio nei comuni della Bergamasca, ora-

La scheda

● Per uscire dai confini bergamaschi BgEat cambia e diventa TvbeEat. I primi due nuovi territori sono le province di Lodi e Cremona

● I fondatori potranno decidere di cedere il marchio, a 9.900 euro, per chi volesse avviare la stessa avventura in altri territori provinciali

● L'obiettivo è far partire un sistema in franchising



ni dei grandi marchi del delivery. Visto l'enorme successo riscontrato, però, abbiamo deciso di replicare la soluzione altrove». Troppo ambizioso? I numeri sono dalla loro parte: «Da luglio 2020 a febbraio 2021 — prosegue Vassalli — abbiamo raggiunto ben 60 comuni, da Peia a Pontirolo, da Mapello a Zogno, coi prodotti di ben 150 fra ristoranti, pizzerie, gelaterie, pasticcerie ed enoteche.

Abbiamo registrato più di 12 mila consegne e gli utenti iscritti sono più di 7000». In termini economici quali sono i risultati? «La piattaforma — continua — negli ultimi 6 mesi ha fatturato circa 125 mila euro (si riferiscono alle commissioni che trattengono dai ristoratori, ndr) e generato circa 500 mila euro di vendite per le attività affiliate». Una buona notizia, dunque, per i ristoratori, ma



I fondatori
Damiano
Vassalli
e Andrea Togni

anche per una cinquantina di lavoratori fra «riders» e collaboratori vari (età media attorno ai 21-22 anni, molti sono studenti). «tutti — precisano — pagati a ore e, a seconda dei casi, regolamentati con un contratto part-time a tempo determinato o un contratto di collaborazione occasionale. Ci sono poi alcuni titolari di partita Iva». Ai due fondatori si aggiunge Roberto Nembrini, 37 anni, innovatore manager di Pradalunga che partecipa al gruppo dirigente in qualità di consulente.

Sulla scia dei traguardi raggiunti, Togni, Vassalli e Nembrini ora si preparano ad allargare il servizio («in Bergamasca arriveranno anche i farmaci, i prodotti per animali, lavasecco e piccole riparazioni») e a conquistare Lodi e Cremona. «A giorni sarà pronta la nuova piattaforma e partiremo con queste prime due province — anticipa Vassalli —. La scelta del franchising è frutto del desiderio di replicare la nostra esperienza: altri giovani possono, acquistando il marchio al prezzo di 9900 euro, dare vita alla

stessa attività nei territori che vivono e conoscono».

Per supportare l'espansione a livello nazionale, dall'8 aprile e sul portale WeAreSparting, si aprirà una campagna di crowdfunding «che — dice Togni — servirà a coprire le costi di un'app, ma anche ad accompagnare questa crescita con nuovo personale, attività di marketing e comunicazione».

Della società, continua, «abbiamo deciso di vendere massimo il 20%. Affinché la campagna possa essere ritenuta valida, dovremo raggiungere almeno il 5% di questa percentuale. L'obiettivo è quindi raccogliere almeno 50 mila euro». Ce la faranno? «Siamo ottimisti e ci piace puntare in alto — concludono senza falsa modestia —. E poi una cinquantina di persone, anche dall'estero, ci hanno già contattati. L'aspetto sorprendente è che, accanto a grandi realtà, ci sono persone comuni, amici e clienti pronti a mettere una quota di 400 euro per supportare la nostra avventura».

Michela Offredi
© RIPRODUZIONE RISERVATA