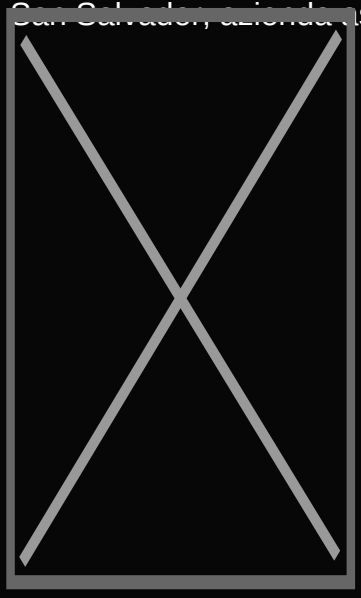
Vendere caffè nei mercati locali? Servono qualità e cultura

img9008-5d516a75

Come affidarsi a qualità e cultura del caffè per vendere e affermarsi nei mercati locali? Lo abbiamo chiesto a Pietro Biancotti, socio amministratore di Torrefazione San Salvador, azienda associata all'Istituto Nazionale Espresso Italiano (Inei).



[caption id="attachment_139898" align="alignleft" width="181"] Pietro Biancotti[/caption]

Quali nuove dinamiche muovono i mercati locali?

Sono sempre più ricercati i prodotti tradizionali con cui baristi e ristoratori fanno appassionare i clienti, creano esperienze e lasciano un ricordo importante. In questo contesto l'espresso italiano viene identificato come simbolo del made in Italy. I turisti gustano il caffè al bar e poi vengono a farci visita, osservano la produzione e imparano ad assaggiare il caffè, felici di scoprire un mondo nuovo: toccare con mano emoziona!

Qualità e storicità bastano per affermarsi?

Una torrefazione presente sul mercato da molti anni gode di buona considerazione se lavora in qualità. Chi deve avviare una nuova attività parte da ciò che conosce e che ritiene essere buono. Per affermarsi però, soprattutto per le piccole aziende, serve qualcosa in più, come avere certificazioni autorevoli, per poter garantire il consumatore.

È importante raccontare la miscela?

È importante raccontare le origini, il processo di tostatura utilizzati e il profilo sensoriale delle miscele. Questa narrazione mostra come dietro la tazzina di caffè vi sia un grande lavoro di conoscenza, a che scopo venga creata la miscela e perché ogni caffè abbia un gusto diverso.

Come il torrefattore può creare cultura del caffè sul territorio e come questo fa aumentare le vendite?

Fornendo formazione ai baristi: è importante che sappiano valutare la miscela e il proprio operato. Un bravo barista con buoni prodotti fidelizza il cliente, serve correttamente il caffè e vende di più. Avere buoni baristi fa bene a tutti: al cliente, alla qualità e alle vendite.

Che valore hanno le competizioni per voi?

I concorsi per caffè come International Coffee Tasting creano interesse: quando poniamo la medaglia d'oro sul pacchetto le persone diventano curiose e i baristi sono fieri di mostrare che offrono un servizio di qualità. Una gara come Espresso Italiano Champion crea professionalità e visibilità: il bravo barista va riconosciuto e premiato.

Quale valore aggiunto porta Inei alle aziende con mercato locale?

Entrare nell'Istituto Nazionale Espresso Italiano (Inei) è stato motivo di crescita e mostra tutt'oggi la costanza della nostra qualità: da vent'anni abituiamo i clienti ad assaggiare sul territorio il vero espresso italiano. Il cliente riconosce un buon espresso da uno cattivo. Notiamo una maggiore attenzione anche da parte dei clienti stranieri. Questo grazie alla grande operazione di diffusione della



cultura dell'Espresso Italiano che è stata operata negli ultimi anni nel mondo.

L'Istituto Nazionale Espresso Italiano, di cui fanno parte torrefattori, costruttori di macchine e macinadosatori e altri sodalizi che volgono la loro attenzione all'espresso di qualità, oggi conta 39

associati con un fatturato aggregato di circa 700 milioni di euro.