L'espresso italiano, una tipicità a livelli globali

coffee-mondo-f3a449cc



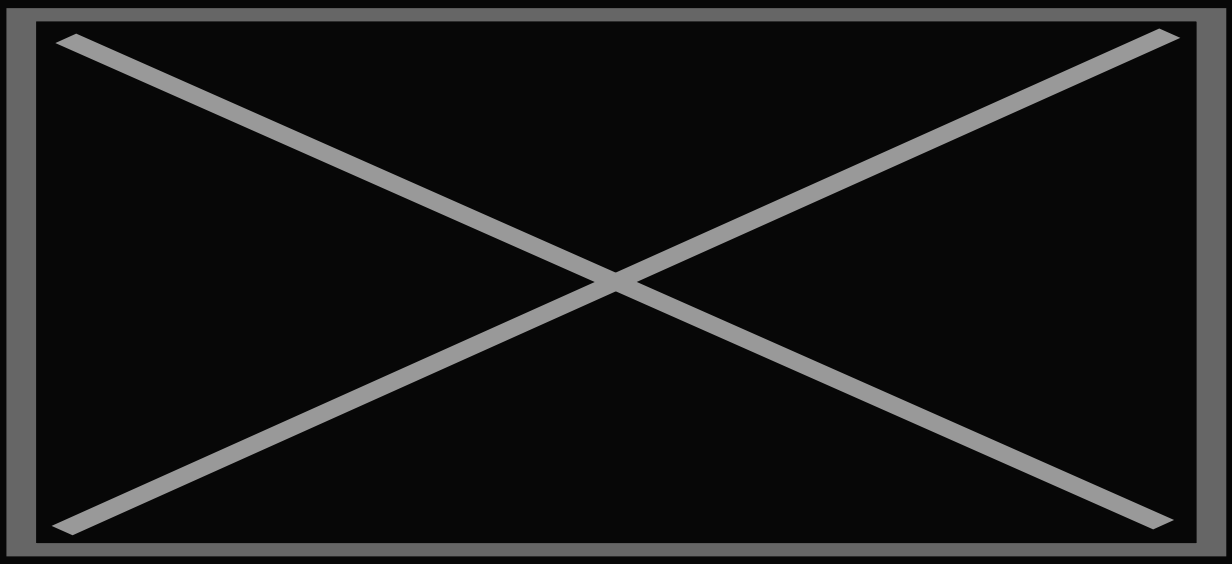
Tutti prima di andare a lavoro berranno il proprio espresso quotidiano, una tazza ricca di aromi che sa sempre stupire. Questo è il futuro dell’espresso italiano auspicato da **Marzio Melchionda**, Export Director di Essse Caffè, azienda socia dell’Istituto Nazionale Espresso Italiano (Inei).

Come viene l’idea di andare nel mondo?
In principio abbiamo semplicemente colto le opportunità che si presentavano tramite il passaparola (molti clienti erano italiani con sede all’estero) a macchia di leopardo. Questo ha dato stimolo a creare una strategia e a dar vita a un team che si dedicasse a specifiche aree di interesse per trovare i clienti e i distributori giusti. Ora colpiamo in modo mirato e abbiamo ampie prospettive.

Come si trovano i contatti giusti?
Servono professionisti dedicati ad aree geografiche che imparino a conoscere la cultura, le persone e creano rete tra professionisti del settore. I contatti sono traghettati dalle fiere, i social, eventi e one-on-one business meeting. Andiamo anche a supporto di eventi organizzati dal distributore che invita i suoi clienti finali acquisiti e da acquisire.

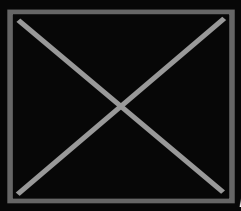
Quale valore dell’espresso italiano portate nel mondo?
Il nostro obiettivo è che l’espresso italiano entri nelle giornate di tutti in tutto il mondo. Bere l’espresso deve diventare un’abitudine: in alcuni paesi già succede. Ciò che è italiano nel mondo è in crescita ed è consolidato (ovunque nelle case si può trovare la pasta) noi vogliamo che lo sia anche l’espresso italiano. Non in tutto il mondo è conosciuta la magia, il valore, la difficoltà e l’arte di creare una miscela unendo tra loro le origini di caffè.

Nel mondo presentate i prodotti venduti anche in Italia?
Identici, differisce a volte il formato (a volte chiedono il mezzo chilo). Esportare miscele diverse all’estero sarebbe la condanna dell’espresso italiano: una bevanda che stupisce perché supera le aspettative, ricca e variegata nelle diverse miscele. Per questo è importantissimo fare formazione a distributori e clienti, molto apprezzata soprattutto in Oriente e Medioriente. Noi non cambiamo le abitudini dei paesi, noi spieghiamo solo come si fa al meglio il nostro caffè.



Cosa aiuta un distributore a vendere l’espresso italiano?
Parlare di qualità non basta più, servono informazioni ed è l’uomo a fare la differenza. Questa partita non si gioca sui prezzi, ma sulla qualità dei numeri. Preferiamo vendere un caffè bene piuttosto che vendere e basta.

Cosa farai con Inei nel mondo?
L’espresso italiano certificato è un valore aggiunto che avvalora oggettiva qualità, ma soprattutto diventerà sempre più ambasciatore dei torrefattori italiani nel mondo. Per esempio in Germania abbiamo accolto l’invito di Inei a collaborare alla tappa di Espresso Italiano Champion 2019 a Internorga con la collaborazione di altri soci quali VBM ed Eureka.

*L’Istituto Nazionale Espresso Italiano (www.espressoitaliano.org), 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.*