Costruttori di macchine: i sarti dell’espresso nel mondo

storm-3gr-nero-crom-3-4-front-b5f3348a

L’estero è imprescindibile per i costruttori di macchine professionali per espresso italiano da quasi ormai 50 anni, tanto che è entrato a far parte del loro dna, presente e futuro di questo settore. Parola di **Federico Gallia**, **presidente dei consigli di amministrazione di Astoria e Wega**, aziende socie dell’Istituto Nazionale Espresso Italiano (Inei), del gruppo Ryoma, di cui è amministratore unico e di cui fa parte anche Univerbar.



[caption id="attachment_162483" align="alignleft" width="151"] Federico Gallia[/caption]

Cosa cerca il mondo nelle macchine professionali per espresso italiano?
La storica presenza delle macchine professionali per espresso italiano nel mondo ha fatto sì che i mercati internazionali siano oggi educati all’espresso, che la cultura verso il prodotto sia solida e che i clienti richiedano eccellenza. Ognuno la identifica in caratteristiche rispondenti alle proprie specifiche necessità, che variano più tra i singoli clienti (baristi, distributori, catene e torrefazioni), che tra i diversi paesi. Noi costruttori di macchine per espresso diventiamo quindi dei "sarti", cucendo la soluzione migliore per ciascun cliente attraverso una gamma diversificata di prodotti.

Cos’è l’espresso italiano nel mondo?
Nel grandissimo trend delle bevande a base di latte e flavour che nel mondo sta generando delle crescite di consumo inarrestabili, l’espresso italiano rappresenta la proposta premium. È la punta di diamante delle grandi caffetterie, apice della loro carta e sinonimo della loro eccellenza, questo è il futuro. L’espresso italiano rappresenta il lusso e l’eccellenza.

Quali sono i mercati più interessanti?
Oggi certamente Germania (alto spendente ed educata al consumo) e Asia (dalle elevate curve di crescita). Per i costruttori di macchine il futuro si giocherà anche in Sudamerica, con le sue grandi metropoli e una cultura che ha confidenza con il mondo del caffè.

Come si comunica l’espresso italiano?
C’è differenza profonda tra un caffè di una torrefazione di Lecce e quello di una di Como, ognuno pur restando nello stile italiano ha creato una sua proposta di gusto. Ogni espresso è diverso ed è legato a un territorio e mi auguro che lo sia anche in futuro. Per questo in Inei puntiamo su una comunicazione che sia rispettosa della peculiarità e insieme comprensibile a tutti gli interlocutori.

Come Inei costruisce il futuro dell’espresso italiano nel mondo insieme alle aziende socie?
Attraverso le buone idee e il network degli associati: per affermarsi nel mondo bisogna fornire proposte che vadano nella direzione del pensiero laterale e fare qualcosa che sia diverso da quello che fanno tutti. La certificazione e il marchio godono infatti della forza della squadra ben assortita che è oggi Inei. Continuare a innovare significa mischiare le idee e unire le forze, arricchire così insieme i prodotti di valore sostanziale e culturale attraverso la ricerca e la formazione.



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.