L’espresso italiano: un punto di riferimento anche a casa

lespresso-italiano-riferimento-1-c8841c23

L’espresso italiano si pone come punto di riferimento della qualità anche nei consumi



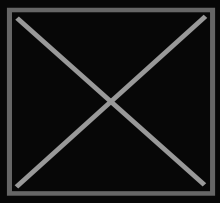
domestici in Italia e nel mondo. Come? Lo spiega **Luca Cioffi**, **direttore generale di Coind**, azienda socia dell’Istituto Espresso Italiano (IEI).

Qual è il percepito dell’espresso italiano sui mercati dove lavorate?
Oggi in tutti i mercati europei e in molti extra-europei l’espresso italiano ha uno spazio crescente ed è sempre più compreso e apprezzato dai consumatori. Qui gli italiani restano affermati detentori di quel knowhow che rappresenta l’originalità del prodotto.

Che valore ha IEI per una realtà aziendale a più brand come la vostra?
Sin dall’inizio IEI è stato molto importante per noi, perché ci ha consentito di affinare la nostra visione di mercato e di prodotto rispetto a quelle che sono le esigenze del cliente nel consumo extra-domestico, ovvero nel bar. E anche oggi IEI continua ad avere una grande importanza per Coind: mantenere i nostri prodotti qualificati rispetto allo standard IEI ci assicura di continuare a soddisfare in modo corretto le esigenze dei consumatori degli oltre 700 bar che forniamo sul territorio nazionale.

C’è un’aspettativa diversa del consumatore tra il bere l’espresso al bar e berlo a casa?
L’avvento delle capsule ha fatto crescere il desiderio di gustare a casa propria una bevanda che assomigli sempre più all’espresso del bar. Questa tendenza ha fatto sì che i prodotti monodose si siano evoluti nel tempo in termini di corpo e intensità, andando alla ricerca di un profilo sensoriale ispirato a quello dell’espresso. Questa è la direzione in cui si muove il settore domestico oggi.

È possibile fare qualità in GDO?
Certamente sì. Negli ultimi anni in particolare è cresciuta la qualità media del caffè in capsula. Questo perché i costi maggiori che comporta per il consumatore – dovuti a elementi non legati al caffè, come il materiale che compone la capsula e il confezionamento – determinano spesso anche delle aspettative più alte nella qualità. Ricordiamo poi che anche il caffè in grani trova spazio in GDO, soprattutto nei mercati europei e mitteleuropei in cui sono diffuse le macchine super-automatiche per uso domestico. Qui la diffusione della cultura dell’espresso ha portato a un ampliamento della scelta e della qualità sullo scaffale in tanti supermercati. Un fenomeno, questo, che in futuro potrà avere uno spazio più importante anche in Italia.



L’Istituto 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 34 soci con un fatturato aggregato di circa 700 milioni di euro.