Host: nel “Coffee District” tanti workshop e seminari sul caffè

host-eb49ba53

Promette di essere innovativa e originale, come le competenze che vuole trasmettere, la formazione sul caffè **realizzata a Host in collaborazione con CPC, Consorzio Promozione Caffè e Ucimac, Associazione dei Costruttori Italiani di Macchine per Caffè Espresso ed Attrezzature per Bar**, con workshop e condivisione di importanti ricerche e dati di mercato.
In uno spazio ad hoc denominato Coffee District esperti del mondo caffeicolo, istituti di ricerca ed enti internazionali si riuniranno per un evento multidisciplinare con l’obiettivo di divulgare e valorizzare la cultura del caffè, con approfondimenti sui temi di maggiore rilevanza, quali i trend del mercato nazionale ed internazionale e gli scenari futuri, con un focus sul monoporzionato; il rapporto tra gli italiani e il caffè, con presentazione dei dati dalla ricerca sui miti e riti intorno alla bevanda più amata nel nostro Paese, realizzata da **Astra Ricerche**; le relazioni tra caffè, salute e benessere dell’organismo; l’impegno dell’industria del caffè per una bevanda sempre più sostenibile; la formazione e la cultura del caffè di qualità. Ci sarà anche uno spazio dedicato al mondo specialty e delle micro torrefazioni.

[caption id="attachment_86923" align="alignright" width="128"]Patrick Hoffer Patrick Hoffer[/caption]

“L’evento ha l’obiettivo di coinvolgere gli operatori del settore in un momento di approfondimento e confronto su tematiche di comune interesse, con l’auspicio di fornire un contributo anche per la valorizzazione del concetto italiano di caffè” spiega **Patrick Hoffer**, Presidente di CPC.

Tra i vari momenti, promette di suscitare notevole interesse la presentazione (con dimostrazione pratica) della macchina ISSpresso, utilizzata nella Stazione Spaziale Internazionale in assenza di gravità e lassù operata dalla “barista ‘eccezione’ Samantha Cristoforetti.
Inoltre, spiega ancora Hoffer “è prevista la presentazione di una ricerca sociologica sulle modalità di consumo del caffè da parte degli italiani che consentirà di avere un quadro aggiornato sulle dinamiche dei comportamenti dei consumatori e saranno presentate alcune interessanti iniziative, sia a livello di

Enti governativi che di aziende, in tema di sostenibilità, a supporto dello sviluppo locale in alcuni Paesi produttori di caffè”.

[caption id="attachment_86924" align="alignleft" width="224"]Giuli Maurizio Maurizio Giuli[/caption]

Caffè a 360 gradi

A giustificare il fatto che i tempi sono maturi per affrontare il mondo del caffè a 360 gradi è anche il fatto che i consumi sono in crescita ovunque. “Il mercato del caffè è in continuo fermento”, analizza **Maurizio Giuli**, direttore marketing di nuova Simonelli e presidente Ucimac. «Basta guardarsi indietro e confrontare la situazione attuale con quella di 10 o di 20 anni fa. Il caffè espresso era un perfetto sconosciuto nel 95% dei Paesi, molti consumatori identificavano il caffè con il solubile, il fenomeno dei coffee shop era circoscritto a poche Nazioni e Starbucks era un piccolo player con qualche centinaio di negozi in alcuni stati degli Usa. I Paesi asiatici ed il Regno Unito continuavano a coltivare la tradizione del tè, mentre la tecnica del Latte Art era quasi inesistente. Persino il monoporzionato era un fenomeno relegato ai margini del mercato, mentre Nestlé era conosciuta nel settore solo per il Nescafé”.

Luigi Morello, Direzione Commerciale Estera Gruppo Cimbali e responsabile Mumac Academy, sottolinea in particolare i moduli dedicati alla formazione, con un excursus che vedrà la presenza di relatori internazionali di spessore:

[caption id="attachment_86925" align="alignright" width="155"]Luigi Morello Luigi Morello[/caption]

“La formazione crea professionalità, innalza il livello culturale di un settore, ne aumenta l’interesse e tramanda cultura e tradizione. Coffee District di HOST 2015 ha l’ambizione di richiamare l’attenzione anche su questo tema per uno stimolo e confronto reciproco per cercare tutti insieme di fare un passo avanti. La formazione dovrebbe diventare la nostra arma vincente per esportare la nostra cultura, la cultura italiana”.

Nei Toc Talks (Tips on comptencies) del Coffee District di Host, si narrerà quindi del caffè nei suoi aspetti tecnici ed economici ma anche sociali,della relazione e della condivisione che il caffè consente e pretende da persone e organizzazioni. “Nelle scienze economiche e sociali le due parole oggi più hot sono infatti relazione e condivisione - spiega **Gianfranco Vercellone**, Ceo di apropositodime.com - e tutti i modelli di business, organizzativi e di leadership devono confrontarsi con questi concetti. Cosa esiste in natura che li favorisca meglio di un caffè e del caffè, inteso come spazio fisico?

Il ruolo delle relazioni

Spesso, molto spesso, l’offerta di un caffè è il primo rito delle relazione tra adulti e la sua celebrazione avviene in un luogo dove la condivisione di idee, emozioni e sentimenti è molto praticata e favorevole.

Se la necessità di relazioni e condivisioni aumenta, aumenterà l’importanza del caffè come prodotto e del caffè come situazione. Tutti i comportamenti umani, anche quelli più trascurabili, quando hanno un moltiplicatore a 6 zeri diventano fenomeni da analizzare e controllare. Se nel mondo aumenta il consumo di questa bevanda, e anche il numero dei locali specializzati, è perché il caffè è moderno, è branché oppure cool. Si può dire anche in Italiano ma la parola è un po’ equivoca per poterla trascrivere”.

E Giuli aggiunge: “Per la sua grande dinamicità e capacità di rinnovarsi, il settore del caffè è oggi uno dei comparti più interessanti e con le migliori potenzialità di crescita. Ma per competere in questo mercato occorre saper guardare avanti ed interpretare le dinamiche future. Per questo ad Host si parlerà molto di new trends, dove analisti ed opinion leader di calibro internazionale forniranno gli elementi interpretativi di quello che sarà il mercato del caffè del futuro. Un appuntamento irrinunciabile per chi vuole essere protagonista degli anni a venire”.