Caffè Vergnano cresce all'estero. A Torino debutta Affogato

Due aperture quasi contemporanee raccontano due facce della strategia di Caffè Vergnano. Come riporta **Ristorazione Moderna**, a Limerick l'azienda debutta sul mercato irlandese con un nuovo Coffee Shop 1882; a Torino riapre invece uno storico chiosco della Gran Madre con Affogato, nuovo concept sviluppato insieme al maestro gelatiere Alberto Marchetti. L'Irlanda rientra nel piano annunciato in primavera, che prevede dieci nuove caffetterie in Italia e all'estero entro fine anno. La rete ha raggiunto complessivamente 203 locali in 22 Paesi e 120 città, 154 dei quali in Italia. L'espansione internazionale è sostenuta anche dalla collaborazione con Coca-Cola HBC, che nel caso irlandese mette a disposizione conoscenza del mercato locale e rete nell'hospitality. A Torino il ragionamento è diverso. Con Marchetti, Vergnano prende uno dei gesti più semplici della tradizione italiana e gli costruisce attorno un format. Venti gusti sono stati selezionati e studiati per dialogare con il caffè; completano l'offerta espresso, coni e due granite. Al centro resta l'affogato, giocato sul contrasto tra caldo e freddo e tra cremosità e intensità aromatica. Le due operazioni, lette insieme, sono più interessanti delle singole aperture. A Limerick Vergnano esporta il modello della caffetteria italiana; a Torino prova invece a trovare nuove occasioni di consumo per uno dei suoi prodotti più tradizionali. Ed è forse Affogato il laboratorio da osservare con maggiore curiosità. Il caffè italiano continua a interrogarsi su come aumentare valore e scontrino senza perdere riconoscibilità: mettere insieme espresso e gelato significa lavorare su due prodotti che il cliente non deve imparare a conoscere, ma che possono essere ricombinati in un'esperienza nuova.