Manuel Caffè, l’aroma del successo

immm-c52c8b99

Conegliano Veneto, anno 1975: Giuseppe De Giusti trasforma il suo pregiato laboratorio artigianale in azienda e la chiama Manuel Caffè. Giuseppe, Bruna la moglie e i figli, tutta la famiglia è coinvolta in quella che è una storia dall’aroma del successo. Da allora i chicchi migliori del mondo vengono tostati, lasciati maturare, miscelati e confezionati con la stessa passione capace di tradursi in un’inimitabile eccellenza italiana. Da allora il mercato di riferimento non è più solo il Triveneto, ma progressivamente l’Italia, la Germania e tutto il mondo. Oggi Manuel Caffè raggiunge 50 paesi, anche con distributori esclusivi che sono veri e propri partner promotori della qualità e dell’immagine Manuel.

Manuel Caffè**Come possiamo definire oggi Manuel Caffè?**
Una torrefazione che investe sulla qualità, sia nella selezione delle origini di caffè che nel processo produttivo, con un’ampia gamma di miscele di caffè rivolte soprattutto ai professionisti del settore.

Avete scelto di specializzarvi nell’horeca? Come mai questa scelta e come riuscite a essere partner del pubblico esercizio in questo mercato così polverizzato?
Abbiamo sempre lavorato con i baristi, conosciamo le loro esigenze e sappiamo che il nostro successo è legato alla capacità di consentire loro di fare business, proponendo continuamente nuove idee di prodotto, ricette e supporti marketing.

Com’è strutturata la vostra rete vendita?
Responsabili commerciali diretti in Italia e Germania; distributori negli altri paesi, sia molto consolidati negli anni che di più recente acquisizione, ma sempre nell’ottica di una partnership di reciproca soddisfazione e feedback.

Siete molto attivi nel segmento fiere. A quali partecipate e con quale redemption?
In Italia, HOST a Milano, SIGEP a Rimini, HOTEL a Bolzano, MIG a Longarone; all’estero a moltissimi eventi in collaborazione con i nostri distributori da Coffee show e coffee expo a Seul-Korea fino a PIR a Mosca. I risultati vengono nel tempo, non sempre sono immediati.

Soddisfatti delle performance dell’estate 2015?
Le proposte estive di infusi freddi, creme gelato e granite al caffè o ai gusti frutta del nostro “NATURUP” sono piaciute tantissimo ai clienti finali, perché abbiamo davvero fatto una ricerca originale e gustosa sia di gusto che di presentazione. Naturalmente, introdurre novità richiede un ulteriore sforzo commerciale: parlare con il cliente, capire e presentare il prodotto.

Raccontiamo la vostra presenza sui social, you tube e parliamo della nuova campagna ADV.
La nuova comunicazione è ambientata nei bar, le immagini parlano di atmosfere rilassate, di complicità, di riscoperta di gesti autentici. Questi valori "genuini" di contatto e fruizione del caffè convivono nella contemporaneità dei social network: “real chat”, "real sharing”, “real touch” sono soggetti che sottolineano il significato del dialogo comunque avvenga, sicuramente meglio con un buon caffè Manuel!

Progetti per il futuro?
Gli investimenti sono sempre nella direzione della qualità; ci sono in vista novità di prodotto e ma anche nuove aree commerciali e nuove aperture delle nostre caffetterie in franchising SPAZIO CAFFÈ.