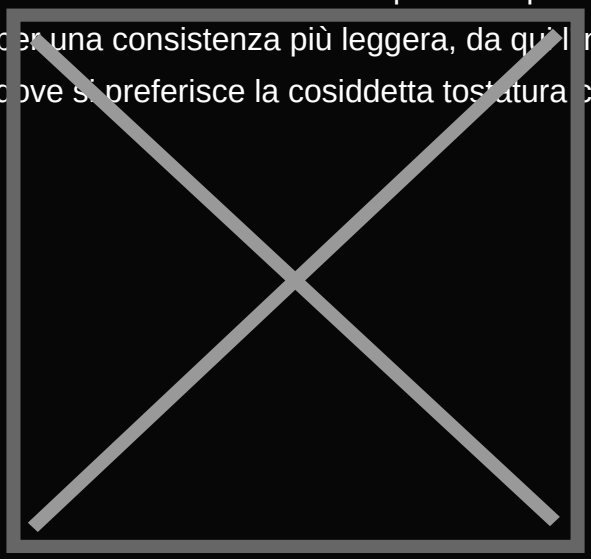
L’offerta globale di Caffè Vergnano 1882

damian-burgess-92dab997

Tra i decani della torrefazione italiana, Caffè Vergnano 1882, che in Italia serve 6.000 clienti tra horeca e nondimeno all’estero con una presenza in oltre 90 Paesi. Spiega Damian Burgess, Trainer dell’Accademia Vergnano: “Per rendere riconoscibile il nostro brand nel canale delle caffetterie utilizziamo un’unica miscela per tutti i locali”. E lo stesso discorso vale per i locali in franchising all’estero. Sul canale bar (horeca) Vergnano gioca sulla profondità dell’offerta offrendo numerose miscele degli stessi prodotti. Quindi quel tasso di differenziazione che serve ad accontentare i gusti del consumatore che cambiano secondo il territorio, è ottenuto nell’ambito di un assortimento di circa 20 referenze: “In Nord Italia per esempio – dice Burgess – si predilige il gusto dolce con note di acidità per una consistenza più leggera, da qui l’inclinazione per la qualità arabica. Così come in Nord Europa dove si preferisce la cosiddetta tostatura chiara, cioè ottenuta in minor tempo”. In un



Paese non produttore come l’Italia la tostatura è

fondamentale per determinare l’identità del caffè che quasi sempre viene estratto in modalità espresso: “Attenzione però – specifica il Trainer –, la tostatura è un procedimento complicato per cui il personale addetto deve essere formato per evitare di proporre un prodotto dalla qualità discontinua, o peggio, di rovinare la miscela”. Il caffè appena tostato, si sa, è al top della fragranza, un aspetto su cui punta l’iniziativa in collaborazione con Eataly che nello store di Roma Ostiense tosta grani in tempo reale per produrre buste cartacee di Caffè Vergnano da 50 a 250 gr macinato o meno. Un

procedimento che avviene anche presso Eataly in collina a Chieri spazio di proprietà del torrefattore: “La tostatura fatta al momento è un valore aggiunto in termini di servizio al cliente. Tra l’altro le tostatrici più recenti sono corredate di software per un controllo molto preciso delle temperature”. La tostatura è un’ottimo argomento di marketing, un processo la cui qualità ottimale si ottiene in condizioni di umidità ben definite. Non a caso la legge italiana impone che il procedimento avvenga entro tassi inferiori al 13%, laddove le referenze di Caffè Vergnano, come da *due diligence*, vengono trattate entro un range dell11%. Un accorgimento essenziale se si desideri scongiurare la formazione di tossine e la proliferazione di batteri. Qualora si cerchi l’alta qualità è questo un aspetto curato fin dall’insacchettamento del caffè crudo presso le piantagioni: “Un’innovazione da parte dei produttori – specifica Burgess – è costituita dall’introduzione di pellicole e di tecniche di sottovuoto per isolare i sacchi dall’influenza dell’ambiente durante la fase di trasporto verso i Paesi consumatori, anche se allo scopo i sacchi di iuta sono già performanti”. Tecniche che faranno la differenza sul mercato internazionale alla luce della decommoditizzazione in atto: “Un processo – prosegue – determinato anche grazie al circuito del Cup of Exellence che premia i caffè mettendo in luce imprenditori agricoli e piantagioni, i quali sono spinti a coltivare tipologie di caffè sempre nuove e differenti all’interno della stessa area, per marginalità più elevate e una minore competizione tra i produttori”. Resta da stabilire se a valle delle filiera il cliente sia pronto a percepire differenti livelli di qualità: “La proliferazione delle microroastery in Europa è un fenomeno molto interessante – conclude Burgess –. L’Italia è aperta a questa opportunità: una positività per tutti purché il barista fornisca un plus in termini di servizio e trasferimento della cultura attraverso un’Accademia come la nostra”.

Il caffè unico non basta più: è ora di ampliare la scelta del cliente

Caffè, perché diversificare l’offerta: il parere degli esperti

Caffè, è tempo di puntare sulla qualità

Caffè, da commodity a culto

Torrefazione Cannaregio, la microroastery che ha preso il volo

Caffè Milani: focus sulle monorigini

Macchine per espresso, un fiore all’occhiello del Made in Italy

Caffè: la forza della certificazione spiegata dai torrefattori

Caffè: le certificazioni più importanti per quantitativi prodotti

La certificazione del caffè? Andrej Godina spiega cosa bisogna sapere