

Gruppo Portioli: un successo italiano



[Gruppo Portioli](#) conferma il binomio del successo uomini e qualità, e i dati alla mano lo confermano: a partire dal 2008, anno di inizio della crisi fino ad oggi i volumi di Espresso Portioli in Italia e all'estero hanno mantenuto una crescita a due cifre, con un forte traino proveniente dall'export. Lo stesso trend riguarda anche tutti i prodotti Portioli collaterali al caffè, come i commercializzati e il merchandising.

[portioli](#) Come e perché?

In un pomeriggio milanese di ormai qualche anno fa Giorgio Portioli, il padre di Moreno attuale Presidente del Gruppo, gli disse che «Sono gli uomini il segreto per trasformare un'idea in realtà». Da quel pomeriggio sono trascorsi quasi 25 anni e mai come in questi anni di difficoltà economica e politica questa frase può essere più vera. L'assunto di partenza rimane la ricerca dell'eccellenza; con lo studio e lo sviluppo si ottiene un prodotto che conquista l'approvazione del consumatore e del mercato; ma poi? Come lo si fa circolare? Come si fanno i numeri?

«Una bella vetrina 20 anni fa, una bella brochure 10 anni fa, un bel sito e la presenza sui social network oggi. Noi restiamo fedeli all'assunto di nostro nonno e insieme a tutto il team produttivo, amministrativo, back office, commerciali e concessionari portiamo avanti la filosofia del Gruppo»

dice **Mattia Portioli**, Amministratore Delegato del Gruppo.

I commerciali in particolare ricoprono un ruolo molto importante all'interno del Gruppo: la loro formazione, il loro credo, il loro quotidiano impegno, la loro comunicazione e collaborazione con le concessionarie fanno infatti la differenza. È la persona quindi che ultima la catena, il supply chain di un prodotto di qualità, così come il professionista del bar offre una tazza di Espresso o di cappuccino. Solo insieme infatti si può trasformare un'idea in realtà.