Gruppo Portioli: un successo italiano

portioli-133016c2

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.

portioliCome 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.