# Sei generazioni per un successo tutto italiano: Caffè Barbera

mondo-12aeb4b0

Nel 1870 Domenico Barbera fonda a Messina un'azienda per la torrefazione e la vendita del caffè. Dopo la scomparsa del fondatore e il terremoto del 1908 il figlio Antonio ricostruisce l`azienda praticamente dal nulla trasformandola in una vera e propria attività industriale che, sotto la guida del figlio Domenico, continuerà a crescere superando anche i due conflitti mondiali. È il 1970 l'anno della vera svolta quando Vittorio Barbera, che rappresenta la quarta generazione, trasforma l'azienda in una delle principali torrefazioni del paese, realizzando uno stabilimento all'avanguardia che permette di aumentare la capacità produttiva consentendo di esportare il caffè anche oltreoceano. Oggi l'azienda è guidata dagli esponenti della quinta generazione, Antonio (Presidente) e Francesco (Amministratore Delegato) il cui impegno negli anni ha consentito il consolidamento del marchio Barbera sia in Italia che all'estero. Dal 2014 sono affiancati dai figli Vittorio, Federica e Alessandra, che rappresentano la sesta generazione. Ne parliamo con l'AD Francesco Barbera.

caffe-barbera-logo**Recentemente siete stati premiati durante la recente fiera Host come la più antica famiglia di torrefattori. Cosa ha significato per voi questo riconoscimento?**
Il premio ricevuto da FIPE è per noi motivo di orgoglio, un riconoscimento prestigioso a una tradizione lunga più di un secolo che si tramanda di generazione in generazione, fatta di impegno e una grande passione che si traduce ogni giorno in un prodotto unico per la soddisfazione del consumatore.

**A Host 2015 avete puntato molto sull'innovazione…**
Abbiamo presentato la nuova linea B1870, costituita da una serie di nuove confezioni in metallo dal design elegante che, oltre ad una gradevole innovazione di tipo estetico, perseguendo un fondamentale obiettivo qualitativo: garantire una migliore conservazione dell'aroma e delle caratteristiche del caffè. Il nuovo logo B1870, che affianca il logo istituzionale Barbera e identifica i nuovi packaging in latta, è nato anche dall'esigenza di uniformare il merchandising e aprire la comunicazione del brand a nuovi segmenti di mercato, soprattutto all'estero dove il chicco tricolore

evidenzia l’eccellenza dell’espresso italiano.

**Parliamo della nuovissima miscela Bio.**
La nuova gamma Bio non ha fatto altro che anticipare le richieste di un mercato sempre più attento a soddisfare le esigenze di un consumatore sensibile ai temi del biologico, della naturalità e della sostenibilità. Non a caso il bio è l’unico settore in crescita nel fuori casa. È chiaro che ogni novità richiede uno sforzo commerciale, va comunicata alla clientela presentando correttamente il prodotto e sottolineando, come in questo caso, che i caffè provengono da agricoltura biologica e possiedono la certificazione per il commercio “fair trade” (equosolidale) e che viene utilizzato un metodo di coltivazione naturale, rispettoso dell’ecosistema e della sicurezza dei coltivatori. Sarà il tempo a dire se i numeri confermano il trend di mercato.

**Cosa significa per un bar scegliere Caffè Barbera?**
Scegliere Caffè Barbera significa lavorare con un partner che vanta 145 anni di storia che è garanzia di successo, non solo per la costante qualità del caffè, ma anche per l’ampia gamma di servizi offerti che accompagnano il cliente nel suo percorso professionale. Nel futuro, vogliamo incrementare la presenza in campo internazionale e creare un format di franchising per caffetterie a marchio Barbera, intese come luogo di ristoro, ma anche di cultura e di ritrovo. Luoghi esclusivi in cui sentirsi come a casa e respirare l’atmosfera italiana.

http://www.caffebarbera.com/