



# Il caffè

*Un servizio che incrementa e consolida anche le proposte di pasticceria e contribuisce a fidelizzare il cliente al locale. Termometro di questo trend il prossimo Sigep, che presenta una nuova sezione espositiva dedicata a imprese di torrefazione e produttori di macchinari, e il lancio in eventi mirati di nuove miscele e prodotti a tema*

**S**ta diventando un'opportunità sempre più interessante per diversificare la propria offerta alla ricerca di nuove proposte di abbinamento con le preparazioni dolciarie. La somministrazione in pasticceria di un buon espresso può rappresentare, infatti, un'ulteriore possibilità di fidelizzazione e di dialogo con il cliente che, attraverso il caffè, acquista anche torte e bicchierini, monoporzioni e semifreddi. La tazzina di caffè mantiene del resto inalterato il proprio fascino: secondo le ultime indagini statistiche gli italiani selezionano con cura i locali nei quali consumarlo e mediamente il 20% ne ordina uno al giorno in un pubblico esercizio. Altro dato che sottolinea l'affezione nazionale a questo prodotto riguarda il confronto fra acquisto e consumo di caffè: secondo l'Annuario Caffè Italia 2008 i canali al dettaglio commercializzano i due terzi dei suoi volumi complessivi, ma a questi corrisponde il 30% delle vendite in valore mentre il restante 70% concerne il settore dei consumi fuori casa.

#### Un sorso tra gli stand

L'attenzione verso il settore caffè è tale che a Sigep 2009 (in programma a Rimini dal 17 al 21 gennaio) debutterà una nuova sezione espositiva denominata "Espresso and Hot Drinks" dedicata esclusivamente (ma forse, in omaggio al "tema", sarebbe meglio dire "esspressamente") alle imprese di torrefazione e a quelle dedite alla produzione di macchinari per la somministrazione di caffè e bevande calde. L'area, dove troveranno spazio ben 60 differenti aziende, è stata istituita in funzione di quella che risulta essere una tradizione particolar-

mente radicata, ovvero la tendenza ad associare il consumo di caffè con l'assaggio o l'acquisto di dolci artigianali, dando così, all'interno della manifestazione un'identità precisa a quelle attività che ruotano attorno al prodotto caffè, come bar gelaterie e bar pasticcerie, che negli ultimi anni hanno attratto un numero sempre crescente di visitatori.

#### Prospettive per il canale

Cosa pensano in proposito le aziende del settore e, in particolare, quelle che si dedicano alla produzione delle relative attrezzature ovvero delle macchine per la preparazione del caffè? Daniele Talso, amministratore delegato dell'azienda milanese Lui l'espresso Srl, spiega che le prospettive aziendali della sua



Daniele Talso di Lui l'espresso

impresa per il 2009 risultano molto ambiziose, pur non essendo presenti a Rimini. Queste si concretizzeranno nell'apertura di nuove boutique "dirette", aumentando la capillarità della propria presenza sul territorio italiano. Per quanto riguarda il mercato internazionale l'azienda sbarcherà presto negli Emirati Arabi e, più precisamente, a Dubai e in Kuwait con prestigiose location. Per il momento la Lui l'espresso non ha un dipartimento specializzato dedicato al canale pasticceria che, tuttavia, rappresenta un target interessante. Alcune gelaterie hanno, comunque, acquistato la macchina da caffè dell'azienda lombarda per la preparazione di gelati e sorbetti al caffè che, visto il consumo non elevato di questi esercizi, risulta un'apparecchiatura ottimale. Si prevede, inoltre, la produzione di macchine in nuovi colori e in versione limitate, oltre al lancio di una linea di prodotti legati al mondo del caffè personalizzati per l'azienda, studiati da un noto designer italiano.

ESPRESSO  
AND  
HOT DRINKS

