L’espresso italiano si comunica attraverso i sensi

espresso-sensi-c8b45958

L’espresso è un prodotto sempre più ricco che parla in tutto il mondo attraverso i sensi. Il profilo quantificato dall’analisi sensoriale è garante dell’espresso italiano e mezzo per farlo crescere in tutto il mondo, parola di **Fausto Devoto**, amministratore delegato di Torrefazione Saturno, azienda socia dell’Istituto Nazionale Espresso Italiano (Inei).

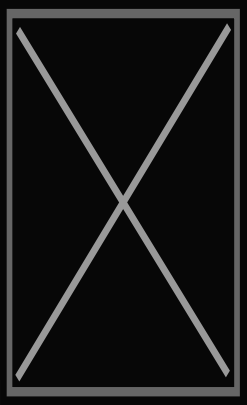
Quanto sono importanti i mercati esteri per i torrefattori italiani?
Per pianificare un futuro florido l’Italia non basta e non basterà, bisogna pensare al mondo. Il nostro ingresso nei mercati internazionali è avvenuto anche grazie a Inei, ad esempio il campionato baristi Espresso Italiano Champion, ci ha permesso di entrare in contatto con operatori di tutto il mondo.

Come l’espresso italiano si presenta al mondo?
L’estero è oggi più attento alla qualità. Per questo bisogna ringraziare anche Inei, che ha portato nel mondo passione verso l’espresso italiano. Molte torrefazioni lavorano in qualità e Inei ha fatto capire che l’espresso italiano è un prodotto d’assaggio che racchiude miscele italiane diverse con gusti e aromi complessi, quantificabili tramite l’analisi sensoriale in profili specifici.

Cosa rende unico l’espresso italiano?
L’espresso italiano è il caffè della quotidianità, il piacere che ci si dona ogni giorno nello stesso bar, con la certezza di incontrare sempre un gusto riconosciuto e buono. Per questo l’espresso italiano è diverso da tutti gli altri caffè: la miscela è l’unica risposta in grado di donare un prodotto equilibrato, buono e costante. L’espresso è massima espressione dell’italianità e infatti si chiama “espresso” in tutto il mondo.

Come si racconta l’espresso italiano nel mondo?
La narrazione è importante per un prodotto che crea emozione. Bisogna quindi fare conoscere l’espresso italiano, da dove viene e chi lo crea. Non tanto le singole origini e modalità di lavorazione

dunque, ma come queste rendono unica ogni miscela, il profilo sensoriale di ogni origine è una tinta che formerà la miscela. Per comunicare l’espresso bisogna quindi parare del suo profilo sensoriale, tutti ne restano affascinati assaggiandolo. Spiegando e facendo percepire la ricchezza aromatica e l’equilibrio gustativo dell’espresso italiano si arriva al cuore del prodotto e delle persone: è la vera argomentazione internazionale.

[caption id="" align="alignright" width="121"]  Fausto Devoto[/caption]

Quanto è importante Inei per andare nel mondo?

Noi siamo all’estero grazie a Inei: la sua gara baristi Espresso Italiano Champion, la presenza in fiere e le collaborazioni in contesti come il Mercato Metropolitano di Londra sono per noi di grande prestigio. Inei ha questa funzione e io sogno per il futuro un espresso italiano nel mondo con un unico marchio, quello Inei, come un’unica impresa, declinata poi nelle diverse personalità dei produttori, come avviene già per altri prodotti agroalimentari italiani.



L’Istituto Nazionale Espresso Italiano (www.espressoitaliano.org), di cui fanno parte torrefattori, costruttori di macchine e macinadosatori e altri sodalizi che volgono la loro attenzione all’espresso di qualità, oggi conta 39 associati con un fatturato aggregato di circa 700 milioni di euro.