Vincono capsule, green e bean to cup

coffee-capsule-1833012-640-17d99a0d

Il caffè a casa ha spinto formati diversi che seguono la cultura caffeicola dei vari Paesi: un'offerta variegata aiuta a rispondere alle esigenze di tutti, man mano che si presentano.



Grandi manovre nel mondo dei formati del caffè: in un anno difficile ma in cui il consumo non s'è certo arrestato i luoghi di consumo si sono spostati verso la casa, e questo ha cambiato la somministrazione. Nel segno della sostenibilità e della praticità d'estrazione. Ma anche, in certi casi, di un savoir faire "domestico". "Negli ultimi anni a livello globale abbiamo assistito a una crescita del mercato delle capsule rispetto a quello del macinato, ed è puntando su questo andamento che abbiamo fatto ingenti investimenti sulle linee produttive delle capsule compatibili Nespresso e Dolce Gusto – spiega Luca Cioffi, presidente Coind –. Nella Gdo si è registrato un aumento della vendita del macinato per il consumo domestico, ma pensiamo sia una situazione temporanea. In Nord Europa invece assistiamo a una crescente richiesta del caffè in grani per via della diffusione delle macchine bean-to-cup ad uso domestico. Anche su questo formato stiamo facendo investimenti e da gennaio avremo una nuova linea produttiva dedicata ai grani. Nel 2021 la nostra novità più importante è quella delle capsule in alluminio compatibili , che affiancheranno quelle in plastica e compostabili". Quanto a sostenibilità e origini, "pensiamo che in futuro continueranno a essere temi chiave sia per noi sia per le aziende con cui lavoriamo, tenendo conto degli obiettivi dell'Agenda 2030 – continua Cioffi –. Da anni la sostenibilità per Coind è un valore chiave, a cui abbiamo dedicato molta attenzione con importanti investimenti sul fronte produttivo e progetti per ridurre l'impatto dei prodotti sull'ambiente. Dal 2020 abbiamo avviato una collaborazione con il gruppo olandese Climate Neutral Group per diventare la prima azienda italiana a produrre un caffè certificato 'Carbon Neutral', ovvero un caffè a impatto zero sul clima: la certificazione sarà applicata alle nostre capsule compatibili e, su richiesta, ai prodotti che realizziamo in private label per i nostri clienti. Per quanto riguarda le origini,

per noi è fondamentale garantire la costanza organolettica del prodotto, perciò continuare a lavorare con la rete di produttori con cui abbiamo costruito solidi rapporti". Punta sul packaging green anche Caffè Borbone, come spiega il direttore marketing Mario De Rosa. "Innovazione e sostenibilità sono i leitmotiv aziendali che accompagnano da sempre la nostra vision. Infatti, una nostra caratteristica è sempre stata quella di sapersi innovare restando al passo con i tempi, nel solco della tradizione dell'espresso napoletano. Proprio in nome della combinazione vincente 'innovazione-ecosostenibilità' abbiamo realizzato tanti progetti: siamo stati i primi a immettere sul mercato la cialda compostabile, dove tutti i materiali sono smaltibili nell'umido e ideali per la concimazione naturale dei terreni. E tra le idee più recenti c'è il set composto da bicchieri compostabili e palette in legno di betulla biodegradabili". Un'impronta, quella green, che impatterà anche sui progetti per il 2021. "Progetti che si snoderanno attorno ai temi della tradizione e della sostenibilità, ma soprattutto della tecnologia. Punteremo a migliorare la tecnologia legata al confezionamento, argomento che ha rappresentato una delle principali leve innovative utilizzate in comunicazione quest'anno, raggiungendo la massima espressione nel lancio della campagna "È buono perché" dedicata alla confezione a doppio strato, l'involucro che garantisce un prodotto sigillato, sicuro e igienico e che allo stesso tempo preserva l'aroma del caffè grazie al confezionamento in assenza di ossigeno."