Nespresso Professional, alta qualità e strategie per l’Horeca

3-e1b8f311

In un contesto rinomato come quello del Ristorante VIVA di Chef Viviana Varese a Milano sono state presentate le strategie di Nespresso Professional, la gamma pensata per i ristoranti e gli hotel.

Il consumo fuori casa sempre più consapevole da parte del cliente porta il noto marchio specializzato nel caffè porzionato - ad oggi Nespresso è presente in oltre 2.000 locali, tra i migliori alberghi caffè e ristoranti d’Italia - a lanciare un’offerta che va oltre la casa e che si lega al mondo della ristorazione e dell’hotellerie. A disposizione dei **professionisti dell'horeca ci sono dunque 19 caffè diversi**, con profili aromatici di altissima qualità e gusti differenti per offrire un’esperienza di degustazione in tazza straordinaria.

Dai più fruttati ai più intensi, ogni caffè della gamma Nespresso Professional è il risultato di un elaborato **processo di selezione, composizione e tostatura**. Dalla gamma Origins, con caffè monorigine provenienti dal Congo, Brasile, Guatemala, India e Perù (da qui proviene il primo caffè biologico di Nespresso), fino alla linea Classics, per finire con le proposte della gamma Creations, caratterizzata dalla dolcezza degli aromi di caramello, vaniglia, latte e biscotto.

[caption id="attachment_216011" align="alignnone" width="696"]



Dario Sacco, Direttore Commerciale b2b di Nespresso Italiana[/caption]

In un settore del caffè fuori casa che vale a volume circa 12 miliardi di tazze, di cui due terzi nell'horeca, e in attesa di tornare ai livelli pre-Covid solo nel 2023 (la stima di valore per il 2022 è pari a 83 milioni, rispetto al 2019 con 85 milioni, con ancora quindi un -2%, che potrebbe crescere a oltre 87 milioni solo 2023 secondo l'Elaborazione Trade Lab su fonti varie e AFH Forecasting Tool), **Dario Sacco, Direttore Commerciale b2b di Nespresso Italiana**, spiega che il mercato sta andando nella direzione di un consumo sempre più consapevole, come già avviene in altri settori merceologici.

"Nespresso è famosa sul consumo a casa. Purtroppo nel mondo della ristorazione non ci sono così tanti posti con del caffè di qualità", precisa Sacco. *"Ci sono comunque 300mila luoghi su cui lavorare. Il settore del consumo di caffè a pasto si sta fortemente riprendendo. Il* ***prodotto caffè però va oltre la classica tazzina****. Infatti al ristoratore offriamo un'ampia carta di caffè, nella capsula vengono mantenute le caratteristiche organolettiche giuste. Abbiamo 19 miscele che permettono di arrivare a un ricambio periodico"*.

Visualizza questo post su Instagram



Un post condiviso da mixerplanetcom (@mixerplanetcom)

Perché quindi non avere una carta dei caffè da consigliare, o il miglior abbinamento con il dolce o con la chiusura di un pasto, anche come plus verso i propri competitor? *“Ogni miscela che proponiamo è il frutto di selezioni accurate di alcuni dei migliori chicchi di caffè verde provenienti da differenti terroir. In Nespresso abbiamo deciso di* ***selezionare i nostri caffè partendo dal terreno che li ospita****. Il terreno, infatti, dà i nutrienti necessari alla pianta di caffè per crescere e per sviluppare tutte le caratteristiche aromatiche che poi troveremo in tazza”*.

La densità del mercato del fuori casa in Italia è più che evidente: tra bar, ristoranti, take-away, discoteche, pasticcerie e gelaterie, conta oltre 300.000 punti di consumo, secondo TradeLab per Nestlé. *“È un tema di trend anche cercare sempre più una vera e propria esperienza, con la varietà prima di tutto, ma nel caso di Nespresso anche con le ricette e l’****innovazione proposta dalle macchine****, che insieme al prodotto di altissima qualità che produciamo e alla personalizzazione, si traduce in semplificazione per i nostri clienti e quindi innovazione”*, prosegue Sacco.

[caption id="attachment_216012" align="alignnone" width="696"]



Laura Santori, Coffee Ambassodor di Nespresso[/caption]

I caffè non sono tutti uguali. Quello che proviene dalla Colombia ha un gusto totalmente diverso rispetto a quelli del Brasile e si abbina diversamente anche con il piatto di accompagnamento. *“Il caffè si presta agli abbinamenti, come possiamo vedere anche dai piatti dello Chef Varese",* racconta **Laura Santori,** Coffee Ambassodor di Nespresso*."Il terroir non è l’unico fattore che prendiamo in considerazione, ma anche il metodo di lavorazione con cui viene trattato un caffè è fondamentale. Per l'Horeca, abbiamo un'offerta molto varia, con sfumature infinite. Nella Exclusive Selection, ad esempio, ci sono Nepal Lamjung e Kenya Milima”*.

La capsula in tutto questo gioca un ruolo fondamentale: *“Il caffè è una materia prima molto sensibile, che ha bisogno di essere preservata con un materiale idoneo, l’alluminio, il migliore materiale per permettere al caffè di conservare gli oltre mille aromi. La capsula fa in modo che il caffè non entri a contatto con aria e luce, due temibili nemici che innescano l’ossidazione e la perdita di freschezza”*.

Ma chi inventa le miscele? *“Abbiamo preso contatto con piccoli produttori, anche sulle Ande. Ci sono dei momenti e profili di gusto creati appositamente. Alexis Rodriquez, sia per i professional che gli original, fa uno scouting costante. Facciamo poi diverse masterclass per diffondere la cultura del caffè a Torino, in via Roma, dove è ubicata una nostra roastery”*, conclude Santori.

Visualizza questo post su Instagram



Un post condiviso da mixerplanetcom (@mixerplanetcom)