Osservatorio Host, le icone italiane da valorizzare: caffè e gelato

laboratorio-carpigiani-88dbccb4

Per lungo tempo l’espresso è stata una specialità tutta italiana, mentre da alcuni anni è diventato patrimonio internazionale, un po’ come la pizza. Eppure non siamo quasi mai noi italiani a cogliere i vantaggi di questa passione mondiale per l’espresso.

Un prodotto globale

Sulla limitata capacità di fare sistema concorda, dal punto di osservazione del mondo del caffè, anche **Maurizio Giuli**, Marketing & Communication Director di **Nuova Simonelli** gelatononché Presidente di **UCIMAC** (la componente di **ASSOFOODTEC** che rappresenta i costruttori italiani di macchine per caffè espresso ed attrezzature per bar) ed esperto del settore, che tra l’altro ha di recente pubblicato per i tipi di **FrancoAngeli**, insieme con **Federica Pascucci**, un libro sul tema Il ritorno alla competitività dell’espresso italiano. “Chiunque viaggi nel mondo credo non avrà avuto alcuna difficoltà a trovare caffetterie che servivano caffè espresso e cappuccini – commenta Giuli –. In altri termini, negli ultimi 25 anni il caffè espresso si è tradotto da prodotto etnico in prodotto globale. Le imprese italiane, grazie alla loro lunga tradizione e cultura, erano le predestinate ad avvantaggiarsi di questa evoluzione. E invece sono rimaste fuori dai grandi giochi. Mentre il consumo di caffè espresso calava in Italia, grazie al caffè espresso sono esplose realtà multinazionali come Starbucks, Costa Coffee o Nespresso”. Per fortuna il quadro non è solo negativo, e molte aziende, sia tra i produttori di macchine per caffè sia tra i torrefattori, hanno saputo sfruttare questo boom valorizzando le loro caratteristiche Made in Italy. Conclude il Presidente di UCIMAC: “La Nuova Simonelli, ad esempio, dal 2000 ad oggi è cresciuta di tre volte e dal 2009 ad oggi, cioè da quanto è scoppiata la crisi economica, ha raddoppiato il fatturato. Questo grazie a una grande reattività e soprattutto a un forte impegno in innovazione”.

Il made in Italy

“Ideiamo e realizziamo macchine per caffè espresso da 87 anni e quindi possiamo dire di avere

Rancilio contribuito a creare un settore che è stato letteralmente inventato da noi italiani – commenta **Giorgio Rancilio**, Presidente di **Rancilio** –. Da questo punto di osservazione privilegiato, posso confermare che nell'espresso l'Italia rimane il riferimento mondiale per le tendenze. Sul piano industriale invece è un asset che possiamo valorizzare meglio, anche se bisogna distinguere: sul lato del consumo le grandi catene internazionali, con maggiori possibilità di investimento nel marketing, sono riuscite a erodere spazi alle imprese italiane; mentre su quello dei beni strumentali l'Italia rimane leader incontrastato nelle macchine tradizionali. In quelle superautomatiche, però, i mercati internazionali riconoscono un maggiore pedigree alle aziende nordeuropee". "L'obiettivo dell'innovazione – conclude – è dare al barista l'opportunità di concentrarsi esclusivamente sul proprio core business, senza sprecare tempo, energie ed ingegno nell'apprendere come interagire con i vari comandi e pilotare la macchina per il caffè. Ad esempio, è possibile variare la temperatura durante il processo o utilizzare temperature diverse con la stessa miscela sui vari gruppi, per ottenere una gamma di sfumature che risponde ai gusti differenziati dei consumatori".

Innovazione tecnologica

[caption id="attachment_75808" align="alignleft" width="284"]Hybrid di Astoria Hybrid di Astoria[/caption]

Parlando di innovazione tecnologica, aggiunge **Stefano Stecca**, Commercial Director di **Astoria**, "Tra le novità più rappresentative della progettualità targata Astoria figura la nuova HYbrid, frutto di una tecnologia di ultima concezione. Sintesi dell'evoluzione contemporanea delle macchine per caffè espresso, HYbrid associa all'elevata produttività numerose novità tecniche, tra cui l'inserimento ergonomico del portafiltro con sistema di bloccaggio automatico e il sistema di on-demand grinding. Astoria è un marchio storico della tradizione italiana delle macchine per caffè espresso, ed è sinonimo di eccellenza grazie a una filosofia industriale all'avanguardia. Simbolo dell'eccellenza tecnologica e della green philosophy di Astoria è la macchina per espresso *Plus4You*, capofila della Green Line, rivoluzionaria serie di macchine per caffè espresso a risparmio energetico".

Il gelato

Nell'altro grande prodotto flagship del gusto italiano, il gelato, le particolarità tecnologiche e di gusto hanno invece permesso ai produttori italiani di mantenere il primato tanto nei macchinari quanto nelle materie prime. "Elemento chiave è l'internazionalità, contesto in cui si incontrano le eccellenze italiane. **Carpigiani** è un'azienda impegnata in tutto il mondo nell'aiutare i gelatieri a cogliere le esigenze del consumatore – è il parere di **Valentina Righi**, PR & Communication Manager Carpigiani Group –. Abbiamo di recente messo a punto un'app che permette di regalare gelati. Si possono

individuare le gelaterie, si possono acquistare i gelati e regalarli a un amico. Avviamo anche dei corsi su diversi temi: gli zuccheri, i grassi, l'uso del ginger o l'uso degli spinaci per il gelato salato. Focus dell'azienda è anche la Gelato University e il Job Carrier Center, che predispone un servizio per aiutare i nostri studenti a trovare lavoro".

Host 2015, banco di prova del "modello italiano"

Questa filosofia che coniuga materie prime di qualità, tecnologia e formazione è stata abbracciata in modo deciso da **HostMilano** tramite la partnership iniziata nell'edizione 2013 con Identità Golose, che ritornerà anche a Host2015 in forma rinnovata e ampliata. La prossima edizione di HostMilano vedrà il team di **Identità Golose** impegnato a dare vita a una rassegna, **Identità Future**, imperniata sull'evoluzione della cucina e della pasticceria anticipando l'evoluzione delle ricette e dei gusti in parallelo con le tecnologie che rendono possibili sperimentazioni sempre più nuove e creative. Tutto questo attraverso 3 appuntamenti al giorno che daranno voce a due protagonisti per incontro: un esperto dei macchinari o tecniche coinvolte, che ne illustrerà caratteristiche ed evoluzioni, e un cuoco che creerà dal vivo esempi e assaggi. "Si tratta ancora di un work in progress, ma senz'altro sarà molto forte l'idea di coniugare le tecnologie con naturalità e gusto – commenta **Paolo Marchi**, Ideatore di Identità Golose –. Le tecnologie innovative rimangono sempre un elemento importante, perché svolgono un importante ruolo di abilitatori anche in questa evoluzione. Anche la creatività rimarrà centrale, in linea con la filosofia di Identità Golose che mette sempre l'uomo al centro del processo di innovazione e creazione, sia che si tratti di ideare ricette, sviluppare format o creare e utilizzare tecnologie nuove. Un esempio lampante ci arriva dal mondo della pizza, da sempre cotta in un forno a legna, al quale si sono affiancati nel tempo i forni elettrici e in tempi più recenti quelli a vapore per pizze precedentemente surgelate, ma con tecniche che ne mantengono il sapore". Siamo in grado di rispondere in modo più chiaro alla domanda iniziale, dopo avere sentito le vive voci delle aziende e non solo? L'orientamento è verso un sì prudente: sono ancora molte le criticità da risolvere, a partire dalle limitate dimensioni di molti nostri operatori e dalla carenza di formazione professionale e approccio manageriale nelle imprese più familiari. Ma, nel complesso, anche stimolata dall'orizzonte Expo, l'ospitalità italiana sembra avere trovato una propria strada capace di coniugare l'unicità della nostra tradizione e la maestria artigianale dei nostri professionisti con le esigenze organizzative che impone la competizione globale.