CoffeeTrend magazine

www.newscai.com

Espressamente per torrefattori

N. 46 Luglio 2010

CoffeeTrend - Spedizione in A.P. - 45%, D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46) Art. 1, comma 2/DCB "TS" - Tassa Pagata/Taxe Parçue/Economy/Compatto - Luglio 2010

I.L.CAFFÈ IN LATTA...

FA VOLARE ALTO IL TUO BRAND

realizzando la più prestigiosa confezione con il tuo marchio

VI PRESENTIAMO UN NUOVO SERVIZIO:
LATTINA 250 g℮ CON VOSTRO MARCHIO

...si, è proprio così, personalizzando la lattina con il tuo marchio applicato con metodo esclusivo, ti consente di ottenere, con investimenti minimi, la più prestigiosa confezione di caffè ,nobilitando il tuo marchio e la tua azienda.

- investimento minimo
- flessibilità massima, possibilità di realizzare più marchi con il minimo investimento
- totale eliminazione dello stoccaggio
- stampa con grafica ad altissima definizione (lucida, opaca, metallizzata o sfumata)
- massima possibilità grafica rispetto alla litografia su lamiera
- la migliore conservazione per il prodotto (sottovuoto compensato con azoto)

Specialized in Espresso Coffee Productions

I.L.CAFFÈ GENERAL COFFEE PRIVATE LABELS DIVISION

Industria Ligure Caffè s.r.l. Via Leonardo da Vinci, 25/A - 16030 Avegno (GE) ITALY
Tel.: +39 0185 79090 / +39 0185 727280 - Fax.: +39 0185 79280 www.ilcaffe.it email:info.caffe@ilcaffe.it

100

Nuova Cento La San Marco

AVANTI ANNI LUCE

La San Marco

La San Marco S.p.A. Via Padre e Figlio Venuti, 10 • 34072 Gradisca d'Isonzo (GO) Italy • Tel. +39 0481 967111 • Fax +39 0481 960166 • www.lasanmarco.com • info@lasanmarco.com

LE FOTOGRAFIE di Maurizio Liberale www.maurizioliberale.it

Farei di tutto per averti!

CAPSULA CIALDA Ø 44 CIALDA Ø 38

Soddisfa i tuoi desideri ed esalta il tuo espresso!

Se desideri una macchina affidabile, capace di erogare sempre un espresso perfetto, decalcificabile in pochi minuti, longeva esteticamente e meccanicamente, che si ponga come un vero "BENE STRUMENTALE" alla tua attività: **Didiesse** è la soluzione.

Con *Frog* perfetta per le piccole utenze e per la famiglia.
Con *AuraBar* interamente in metallo per carichi di lavoro importanti.
Con *AuraTwin* la doppio-gruppo con rapporto qualità/prezzo imbattibile.
Con l'*Elettronic system*, per avere il tuo business protetto con soli 6 Euro!

Didiesse, nata per soddisfare i tuoi desideri.

MADE IN ITALY QUALITA' ITALIANA

macchine per caffè didiesse

Via Luigi Volpicella, 43 - 80147 Napoli (Italy) - tel. +39 081 19566349 - fax +39 081 0605866
www.didiessesrl.eu info@didiessesrl.eu

NEI GRANDI AROMI DEL MONDO C'È IL NOSTRO SAPERE

LA TECNOLOGIA BRAMBATI FIRMA LA QUALITÀ DEI GRANDI CAFFÈ DEL MONDO: IMPIANTI CHIAVI IN MANO, PROCESSI AUTOMATIZZATI A CONTROLLO TOTALE, CURVE DI TOSTATURA IN GRADO DI ASSECONDARE LE DIVERSE CULTURE DI CONSUMO, EVOLUTI SISTEMI DI DEGASAZIONE, SENSORISTICA E REPORTISTICA ALL'AVANGUARDIA E UNA RIDUZIONE DRASTICA DELLE EMISSIONI AMBIENTALI.

BRAMBATI S.p.A.

coffee processing plants

27050 Codevilla (Pavia) Italy - Via Strada Nuova 37
Tel. +39.0383.373100 (8 linee r.a.) Fax +39.0383.373078 Fax Tecnico +39.0383.373114
Agencies: USA - CANADA - CENTRAL AMERICA - SOUTH AMERICA - AUSTRALIA - OCEANIA - JAPAN - ASIA - NORTH AFRICA - EUROPE
www.brambati.it info@brambati.it

Sommario

7 **EDITORIALE**

8 **IN PRIMO PIANO**
Una fiera nella capitale del caffè

18 **FINALI WBC**
Londra incorona Michael Phillips

26 **CONVENTION SCAA**
Senza paura contro la crisi

FIERE ED EVENTI
32 Lo Scaa torna ad Anaheim

38 **NEWS**
Coffee-Scout & CoffeeTrend Magazine

40 **FOCUS SULLE AZIENDE**
La tazza professionale vola a Londra

INDICE INSERZIONISTI
46

Editoriale

Giugno di fuoco per le due principali borse del caffè, in forte ripresa dopo un lungo periodo caratterizzato da oscillazioni limitate. All'Ice Futures US, il contratto per scadenza ravvicinata (luglio) ha chiuso, il 25/6, a 167 centesimi oltrepassando i massimi di febbraio 2008. Il giorno precedente l'intraday si era spinto sino a 175 c/l: un'area di prezzo mai esplorata dal lontano 1998. Dopo un parziale ripiegamento, il mese si è concluso comunque in territorio positivo a 164,20 c/l.

Si è rianimato anche il Liffe, sottotono dall'inizio dell'anno, con un rally che ha portato la piazza londinese a ridosso dei 1.700 dollari (prima posizione a 1699 d/t il 30/6).

A dare il fuoco alle polveri sarebbero state le massicce ricoperture di posizioni attuate, sui due mercati, da un importante operatore del settore delle commodity, che avrebbe messo sotto pressione i trader di entrambe le borse scatenando una reazione cha ha dato la stura ai giochi speculativi.

Ma al di là dei fattori tecnici, i rialzi di Ice e Liffe hanno anche solidi presupposti nell'analisi fondamentale.

La riprova giunge da un'importante cartina di tornasole, quale l'evoluzione delle scorte certificate registrata sulle due sponde dell'oceano.

Alla data del 18 giugno, gli stock di New York superavano di poco i 2,253 milioni di sacchi, ossia il 40% circa in meno rispetto a un anno fa. Un calo analogo è stato subito da Londra, le cui giacenze ammontavano, il 14/6, a 20.868 lotti (da 10 tonnellate), con un calo del 45% sugli ultimi 12 mesi. Se il trend attuale (circa 900 lotti in meno ogni due settimane) dovesse confermarsi per tutta l'estate e in autunno, le riserve della piazza inglese potrebbero scendere sotto i 10.000 lotti entro fine di novembre.

Ma qual è la situazione nei principali Paesi produttori. In Brasile, il raccolto 2010/11, attualmente in pieno corso, potrebbe essere il più abbondante della storia, ma dovrà soddisfare sia i consumi interni, in costante e forte crescita, che le esigenze del mercato internazionale. Inoltre, le fioriture multiple dello scorso autunno hanno determinato una maturazione disomogenea delle drupe, che potrebbe causare seri problemi qualitativi, soprattutto in mancanza di un'adeguata selezione post raccolta. Per quanto riguarda la Colombia, il recupero produttivo sarà più lento del previsto e bisognerà attendere il prossimo anno per tornare a livelli più o meno in linea con le medie storiche dello scorso decennio.

In Vietnam, i report lasciano trasparire qualche preoccupazione, dovuta ai livelli delle precipitazioni nelle province chiave di Dak Lak e Gia Lai, inferiori anche del 30% rispetto ai valori stagionali consueti.

Per compensare il deficit idrico, i contadino hanno dovuto fare ricorso all'irrigazione sostenendo dei costi ulteriori, che potrebbero costringerli a tagliare sugli altri input, fertilizzanti compresi. Intanto, i prezzi in ripresa hanno dato nuovo impulso alle vendite affossando definitivamente il piano per la costituzione di scorte tampone varato dai principali esportatori del Paese, con il sostegno dello Stato.

Meteorologicamente opposta la situazione in Indonesia, dove le forti piogge hanno ostacolato le operazioni di raccolta e determinato una percentuale superiore alla media di chicchi ammuffiti.

Il quadro dei fondamentali non ha subito dunque mutamenti sostanziali e le aspettative di un'eccedenza produttiva a livello mondiale nel 2010/11 appaiono intatte. Rimane da vedere però se il surplus – contenuto, stando alle stime Ico, più rilevante secondo altre fonti - sarà sufficiente a reintegrare in misura adeguata le scorte. Per il momento, la fiammata dei prezzi registrata a giugno ha dato una scossa forte ai mercati. E c'è da scommettere che, nei mesi a venire, anche un piccolo sussulto basterà per mettere sul chi vive sia gli operatori londinesi che quelli newyorchesi.

ALTA TECNOLOGIA ICOPERFEX
PREPARATEVI A MACINARE NUOVI SUCCESSI.
Assoluta costanza del prodotto macinato, totale ripetibilità dei risultati, elevata precisione della regolazione.
Se cercate alte prestazioni, affidatevi all'alta tecnologia delle macchine industriali automatiche Icoperfex Colombini. Capaci di offrirvi una vasta gamma di granulometrie, macchine costruite interamente in lega leggera, pensate per ridurre drasticamente il processo di ossidazione. Perché la qualità di un buon caffè nasce anche dalla qualità della sua lavorazione.
ICOPERFEX s.n.c. via De Francisco, 130/16 10036 Settimo T.se (TO) Italy tel +390118211407 fax +390118958221 www.icoperfex.it
COLOMBINI

Una fiera nella capitale del caffè

Ad Amburgo la prima edizione di Coteca, la nuova rassegna biennale dedicata a caffè, tè e cacao

Si chiama Coteca – acronimo di coffee, tea e cocoa – la nuova rassegna biennale, dedicata all'universo delle tre bevande calde più diffuse e popolari, organizzata Hamburg Messe und Congress, la cui prima edizione si è svolta, dal 4 al 6 giugno, nel comprensorio fieristico della città anseatica.

Un debutto positivo e all'altezza delle attese. La kermesse ha richiamato nel grande centro portuale sulle rive dell'Elba 3mila visitatori professionali provenienti da 25 Paesi. Hanno esposto i loro prodotti e servizi circa 100 aziende in rappresentanza di 17 nazioni.

Soddisfatto il commento dell'Ad e Presidente di Hmc Bernd Aufderheide: "L'idea di creare un punto d'incontro di alto livello per l'industria del caffè, del tè e del cacao ha fatto centro" ha dichiarato. Contento anche da Holger Preibisch, segretario generale della Deutscher Kaffeeverband (Dkv),

l'associazione tedesca del caffè, che ha dato il suo supporto alla manifestazione. "Coteca è una piattaforma di estrema importanza per gli operatori nazionali e internazionali, che nasce qui ad Amburgo, la capitale tedesca del caffè"
Reazioni positive sono giunte anche dagli operatori partecipanti alla rassegna, a cominciare da Hanns-Christian Neumann, responsabile comunicazioni di Neumann Kaffee Gruppe, società leader nel commercio del verde a livello mondiale, secondo il quale i riscontri sono stati "sorprendenti" e le aspettative "più che rispettate".

La formula

Coteca ha ricalcato la formula canonica delle manifestazioni di settore, con una sezione espositiva abbinata a un programma convegnistico di alto livello. Caratteristica distintiva dell'evento, uno spettro merceologico molto vasto, esteso all'intera filiera produttiva dei tre prodotti tropicali di riferimento, dalla piantagione alla tazza, passando per il commercio, la logistica, i servizi, la trasformazione industriale e la somministrazione.
A fare da cornice alla tre giorni amburghese eventi sociali, nonché vari seminari

e workshop dedicati a torrefazione, preparazione dell'espresso e latte art, analisi sensoriale e assaggio.
A margine della manifestazione si sono svolte inoltre le assemblee generali annuali della Federazione Europea del Caffè (Ecf) e dell'Associazione dei decaffeinizzatori europei (Eda).
Alla conferenza centrale – dedicata al tema "Mercati in transizione – sfide e opportunità per caffè, tè e cacao" - hanno dato il loro contributo, nell'arco di due giornate, 34 oratori di 9 Paesi. Interventi e panel di discussione hanno sviluppato l'argomento in una prospettiva interdisciplinare, con un focus comune sui temi della sostenibilità e sulle problematiche del mutamento climatico.

L'emergenza clima

Dedicato al caffè l'intero Day 2 della Conferenza, con quattro sessioni animate da esperti e specialisti internazionalmente noti. In primo piano l'emergenza climatica, al centro della prima sessione ("I mutamenti climatici e il loro impatto sulla coltivazione del caffè"). Nel keynote introduttivo, Christoph Schmitz, ricercatore presso il Pik (l'istituto di Potsdam per le ricerche sull'impatto climatico), ha delineati i grandi scenari ipotizzabili di qui alla

www.panafe.com

PANAFE'® Macchine per Caffè Espresso
è un marchio Commerciale Adriatica srl

COMMERCIALE ADRIATICA s.r.l.

COMMERCIALE ADRIATICA S.r.l.
Via Maestri del Lavoro, 8 - 48010 Fornace Zarattini (Ravenna) - Italy
Tel.: +39 0544 502671 - Fax: +39 0544 502670
E-mail: info@panafe.com - www.panafe.com

PANAFE' produce macchine da caffè da casa e ufficio per l'utilizzo di cialde in carta e capsule in plastica di vari formati.
La gamma è composta da alcuni modelli base disponibili a magazzino e grazie alla propria linea di stampaggio e produzione, PANAFE' è in grado di produrre macchine personalizzate con design diversi e meccaniche diverse. La flessibilità di produzione, permette anche di produrre macchine con alimentazione a 110V, per il mercato americano, sia con capuccinatore che con lancia vapore.
Tutte le macchine sono costruite con componenti italiani quali:
pompe Ulka (modello EP-4 glow-wire a vibrazione, ignifugo, per le macchine da caffè a capsula e modello EP-5 per le macchine a cialda), Termostati Campini e una vasta scelta di O-ring in viton o silicone alimentare. Il fornitissimo magazzino ricambi permette di soddisfare le richieste in tempi molto rapidi. Lo scambiatore in ottone o alluminio alimentare di propria progettazione, permette una erogazione del caffè di ottima qualità, anche con l'utilizzo di miscele diverse.
I severi test di collaudo e controllo, hanno consentito di ottenere dai più importanti enti di certificazione vari attestati di rispetto delle normative.
I prodotti della linea PANAFE'® sono conformi e certificati secondo le normative vigenti nella comunità europea in materia. Oltre al marchio CE - riferito alle varie compatibilità elettromagnetiche, le macchine sono contrassegnate da ulteriori certificazioni che garantiscono la conformità del prodotto a standard nazionali di sicurezza, igiene, compatibilità di materiali/oggetti in contatto con generi alimentari destinati al consumo umano, quali PAhS e LFGB (paragonabile alla normativa NSF americana). Questi marchi sono una garanzia di qualità, emessi soltanto da enti accreditati per certificazioni e prove di sicurezza sui prodotti. Poche aziende italiane ed europee si possono vantare di avere questi riconoscimenti, difficili da ottenere se non si raggiunge uno standard qualitativo eccellente. L'esperienza acquisita, grazie alle innumerevoli collaborazioni con importanti aziende del settore, ha consentito a PANAFE'
di rendere le sue macchine semplici e funzionali anche per chi deve effettuare la pulizia e la manutenzione.

PAHs ROHs

fine del secolo, provando a immaginare le possibili conseguenze sugli equilibri idrogeologico-ambientali, sulle attività agricole e sull'approvvigionamento alimentare a livello globale.

I trend di fondo

Quale l'impatto per il caffè? Ha cercato di rispondere a questa domanda Peter Baker, ricercatore della storica organizzazione non-profit britannica Cabia Bioscience, il cui intervento ha preso le mosse da una premessa iniziale: i dati sin qui raccolti in materia di climate change sono tuttora frammentari. Da essi emergono tuttavia due grandi tendenze di fondo: l'aumento delle temperature e la crescente imprevedibilità dei paradigmi climatici. Detti trend incidono sin d'ora sui comparti caffeicoli di numerosi Paesi, sia in termini quantitativi, che qualitativi e tipologico-produttivi. Come far fronte a tali fenomeni? Tutte le strategie – osserva Baker – dovranno fare i conti con due variabili fondamentali: la scala di intervento e il tempo.

Ruolo dei governi

La quota sostenibile sul totale della produzione mondiale di caffè è passata dall'1% di 10 anni all'8% attuale: un progresso ragguardevole, che ha ampiamente superato le stesse aspettative degli esperti. Ma che rimane insufficiente, anche perché la produzione continua a crescere principalmente mediante l'espansione delle superfici coltivate (circa 50.000 ettari in più ogni anno) e, in buona misura, attraverso la deforestazione, con conseguenze pesanti sugli equilibri idrogeologici e in termini di carbon footprint (cioè di emissioni complessive di Co2). Qualsiasi strategia sostenibile di crescita andrà attuata preferenzialmente – secondo Baker – accrescendo le rese unitarie, piuttosto che l'ettaraggio, anche perché le terre disponibili si stanno assottigliando. E dovrà essere coordinata dall'alto ("la sostenibilità è gerarchica"), per assicurare la coerenza degli interventi a tutti i livelli: da quello globale a quello regionale e locale. Anche per questo sarà fondamentale recuperare, in un contesto nuovo, il ruolo di indirizzo e di supporto dei Governi nella corretta riqualificazione dei comparti.

Pratiche agricole

Anche secondo Hermann Alfred Jürgen Pohlan, docente di Agricoltura Tropicale all'università di Bonn, il riscaldamento globale pone l'esigenza di una progressiva modifica dei paradigmi produttivi. Fondamentale, in tale ottica, l'applicazione delle migliori pratiche agricole (ben 14 i punti chiave citati da Pohlan, tra cui la conservazione dei suoli, l'utilizzo, dove possibile, di colture intercalari, le gestione sostenibile delle avversità, ecc.), la caratterizzazione dei sistemi di coltura e delle loro strutture, la professionalizzazione e il migliore coordinamento a tutti i livelli della catena produttiva, con una equa trasmissione dei maggiori costi al consumatore finale.

Favorire l'adattamento

Dalle enunciazioni teoriche alle testimonianze concrete. Kerstin Linne, della Gtz (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit) - un'agenzia federale operante principalmente sotto l'egida del

AD / ILLOGICODESIGN

King Seng®

ti accende

ginseng coffee drink

PRODOTTO IN MALESYA
GUSTO ORIGINALE GINSENG
PRIVO DI GRASSI IDROGENATI

DE LUXE

PRODOTTI SELEZIONATI
DELLA STESSA SERIE

DRINKALL&Co™
VENDING PRODUCTS

satemac.com s.r.l.
Via Montanelli, 38 - 61122 Pesaro
tel. 0721 283585 - fax 0721 450784
info@kingseng.it - www.kingseng.it

Ministero tedesco per la Cooperazione e lo Sviluppo - ha descritto un'esperienza pilota attuata in Kenya.
L'iniziativa, condotta in collaborazione con Sangana Commodities, uno dei tre bracci africani del colosso americano Ecom Agroindustrial Corporation, mira a favorire l'adattamento dei piccoli produttori alle alterazioni climatiche e l'adozione di pratiche agricole che aiutino il sequestro di Co2. L'operazione beneficia del supporto dell'Associazione 4C (sorta per iniziativa di Gtz), della Banca Mondiale e di Rainforest Alliance (partner di Sangana).
Oltre a favorire l'empowerment, il progetto avrà indubbi benefici commerciali consentendo un flusso di approvvigionamento meno soggetto all'alea climatica, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo.

I produttori verranno inoltre dotati di strumenti per la misurazione dell'impronta di carbonio e di uno specifico calcolatore delle emissioni di gas serra. I dati raccolti contribuiranno alla tracciabilità ecologica delle filiere. Moduli analoghi potrebbero essere applicati presto anche al cacao e al cotone.

Organizzazione e imprenditorialità

L'analisi di Michael Opitz, presidente del Cda della Hanns R. Neumann Foundation, ha focalizzato gli aspetti economici del cambiamento climatico, basandosi principalmente sugli scenari Ipcc (Intergouvernamental Panel on Climate Change), così come ripresi da uno specifico studio Ico del 2009 (vedi, in merito, l'approfondita analisi pubblicata nel numero di novembre di CoffeeTrend Magazine, N.d.R.). Opitz ha illustrato inoltre le attività della Fondazione e i loro obiettivi (migliore organizzazione, professionalità e imprenditorialità, per consentire economie di scala e un accesso più diretto al mercato) descrivendo, in particolare, le finalità del progetto "Caffè e iniziativa sul cambiamento climatico", che prevede attività pilota in Brasile, Vietnam, America centrale e Africa dell'est, con una dotazione iniziale di 1,8 milioni di dollari per due anni e mezzo. Non poteva mancare, in conclusione, la voce dei torrefattori. Stefan Dierks, Senior Manager per la responsabilità sociale della Tchibo, ha descritto le politiche aziendali del colosso tedesco (4° torrefattore mondiale, market leader, oltre che in Germania, in Austria, Polonia e Repubblica Ceca) in materia di sostenibilità e carbon management.

STA IMPIANTI®

Sistemi di tostatura Sta Impianti

since 1988

quando storia tradizione e passione non bastano più, ma servono affidabilità, qualità costante e flessibilità con risultati di tostatura e rendimenti senza compromessi.

Serie Expo *da 2 fino a 4 Kg/h*

Serie Re-Roast *da 20 fino a 360 Kg/h*

Serie Futura *da 120 fino a 3000 Kg/h*

Serie Millennium 3 *da 240 fino a 3000 Kg/h*

0 5 20 100 120 200 300 1000 2000 3000

produzione oraria in Kg

STA IMPIANTI SRL - Via G. Pastore, 25
40056 CRESPELLANO (BO) - ITALY
Tel. +39 051 969727 r.a Fax +39 051 969733
Web: www.sta.it - E-mail sta@sta.it

www.tuv.com TÜV ID:9105011603
SINCERT ISO 9001:2000
LABORATORIO DI RICERCA Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
MATERIALI COSTRUITI SECONDO SPECIFICHE
MATERIALS CONSTRUCTED IN ACCORDANCE WITH CE REQUIREMENTS
CE

Quo vadis instant coffee?

I trend di consumo sono stati al centro della seconda sessione della giornata, aperta dal keynote di Andreas Steinle, direttore generale della società di consulenze tedesca Zukunftsinstitut GmbH di Kelkheim.

Tentscho Brandenburger – direttore vendite e marketing della torrefazione Viva Coffee - ha scandagliato l'universo del caffè solubile ("Quo vadis instant coffee?", il titolo del contributo) ponendo l'accento sullo sviluppo recente di nuove nicchie ad alto valore aggiunto (biologico, etico, salutistico, premium&lifestyle), che ne hanno rivitalizzato un'immagine segnata tradizionalmente da una connotazione commodity (Viva Coffee ha inaugurato di recente un modernissimo stabilimento per la produzione di caffè solubile a Upahl, nel land tedesco del Meclemburgo-Pomerania Anteriore, N.d.R.).

Il tedesco Nils Erichsen, presidente della Speciality Coffee Association of Europe (Scae), ha analizzato i trend del vecchio continente, un mercato caratterizzato da una sostanziale maturità dei consumi e da una crescente polarizzazione: da un lato è in aumento la domanda nei segmenti premium, dall'altro si assiste a un incremento delle vendite di prodotti low-cost, anche in conseguenza delle scelte indotte o imposte dalla crisi economica.

Scenari futuri

Come si evolverà il settore del caffè nel lungo periodo? Prevarranno pochi grandi competitor (Brasile, Vietnam, Colombia) costringendo i piccoli a concentrarsi esclusivamente sull'alta qualità e le nicchie? Che ne sarà, ad esempio, dei produttori dell'America centrale? A questi interrogativi ha cercato di rispondere la sessione intitolata "I mercati del caffè del futuro". A scrutare idealmente la sfera di cristallo, provando a immaginare le trasformazioni di fondo ipotizzabili per il settore, quattro relatori di prestigio. José Dauster Sette, capo delle operazioni dell'Ico, ha tracciato scenari e outlook, con l'ausilio dell'impareggiabile supporto statistico fornito dall'Organizzazione. Il Ministro dell'Agricoltura brasiliano Robério Oliveira Silva ha illustrato l'impegno di Café do Brasil per valorizzare l'intera filiera del primo produttore mondiale. Molte cifre anche nell'intervento di Wolfgang Heinricy, direttore della Bernhard Rothfos GmbH (Neumann Kaffee Gruppe), che ha fatto il punto della situazione per quanto riguarda il commercio internazionale del verde.

A chiudere i lavori, un panel di discussione cui hanno preso parte Anita Aerni (Utz Certified, Netherlands), Melanie Rutten-Sülz, (Associazione delle 4C), Bärbel Weiligmann (Tropical Commodity Coalition), Marcel Clement (Rainforest Alliance) e Celine Herrera (Fairtrade Labelling Organizations International).

Newscai a Coteca

Grazie alla collaborazione con i colleghi del portale specializzato tedesco Coffeescout.net, il numero di giugno (tedesco-inglese) di CoffeeTrend Magazine è stato distribuito in migliaia di copie per tutto l'arco della tre giorni amburghese garantendo così la massima visibilità alle iniziative di Newscai anche in questa nuova rassegna specializzata.

L'appuntamento con la prossima edizione di Coteca è fissato per giugno 2012. ■

Buone origini, buon lavoro...

... tutto questo ...

...per una buona riuscita!

Alessandro Garbin S.a.s.

Caffè crudo di tutte le origini.
Impianti per piccole e grandi torrefazioni.
Tazze da caffè e tè. Imballaggi in bobine e sacchetti.
Consulenza per impianti e per miscela dal 1922.

Green coffee as all origins. Plant machinery for small/big rosteries.
Tea/coffee cups. Packaging. Advice for plant and blending, since 1922.

Il caffè ... il nostro mondo!

Via 1° Maggio, 34 - 40011 ANZOLA DELL'EMILIA (BOLOGNA)
Tel. +39 051 734967 - Fax +39 051 6504587
e-mail:info@garbincoffeetrade.it - www.garbincoffeetrade.it

Londra incorona Michael Phillips

Caffè culture ha ospitato l'XI World Barista Championship

Giugno ricco di appuntamenti per l'Europa del Caffè. A inizio mese, il debutto di Coteca (vedi art. a pag. 8), la nuova rassegna specializzata di Hamburg Messe und Congress, che ha ospitato anche i meeting annuali di Ecf ed Eda. Meno di tre settimane più tardi, dal 23 al 25, è andata in scena a Londra Caffè Culture - quinta edizione della fiera riservata agli operatori del comparto bar-caffetterie, organizzata da Upper Street Events – divenuta, in pochi anni, un evento da cerchiare in rosso sul calendario delle manifestazioni internazionali di settore. La location è stata, ancora una volta, lo storico Olympia di West Kensington, uno splendido centro polifunzionale ricavato dalla ristrutturazione dell'ex Padiglione Nazionale dell'Agricoltura.
Molto vasto il ventaglio merceologico di riferimento, che include, innanzitutto, il caffè torrefatto e le macchine espresso, ma si estende anche al tè, il cioccolato, il latte, la pasticceria, come pure alle attrezzature, i ricambi, gli arredi per i pubblici esercizi, nonché, infine, ai servizi per il settore.

Cifre da record

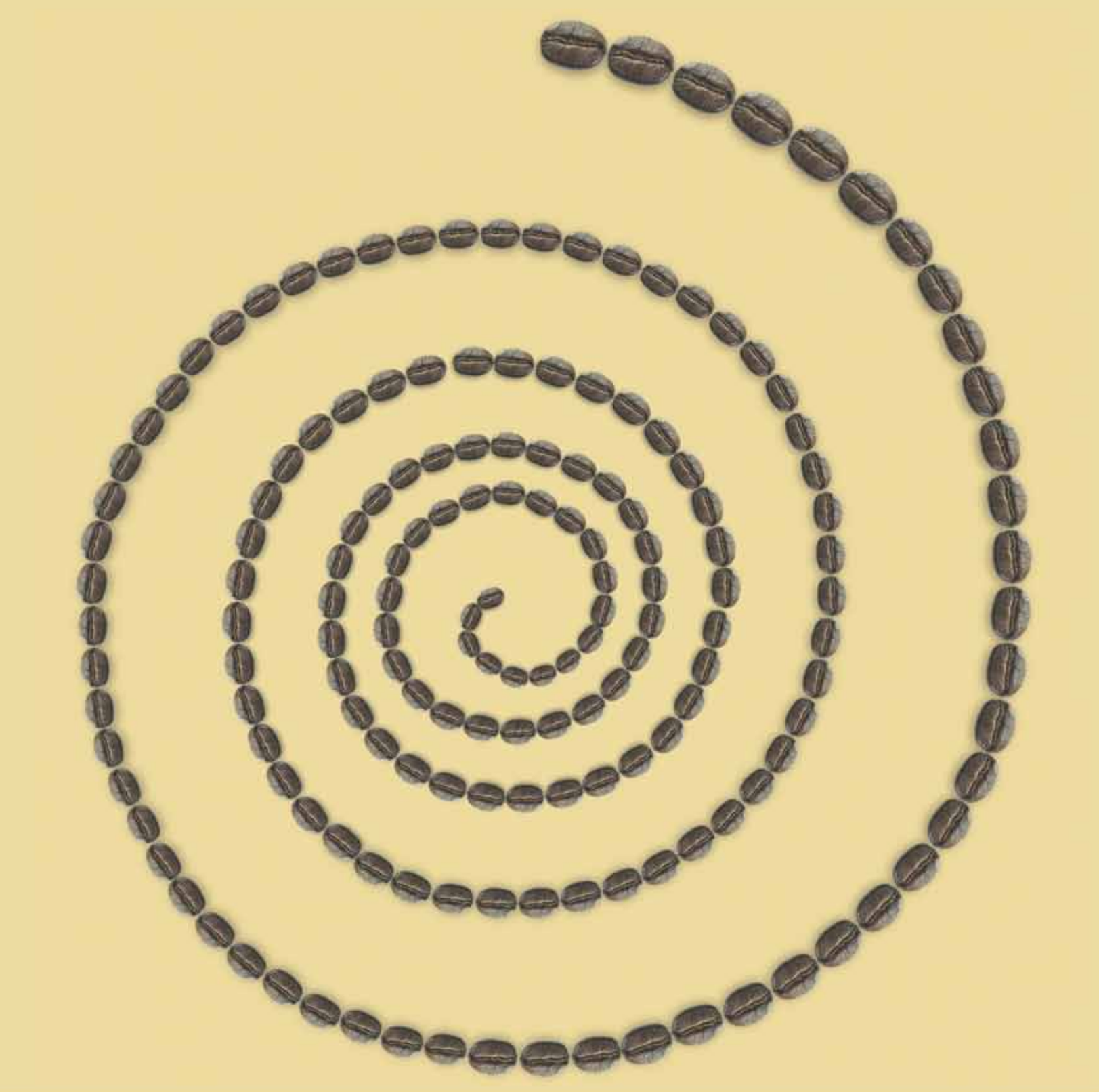
La kermesse londinese va in archivio con cifre da record: 11.363 i visitatori, quasi 300 gli espositori, che hanno trovato posto all'interno della National Hall. Un successo al quale ha contribuito anche il traino delle finali Wbc, con in gara una cinquantina di concorrenti da tutto il mondo. Ottime anche le prospettive per l'edizione 2011, la cui fase commerciale è a buon punto, con oltre il 65% degli spazi già venduti.

Gestire il cambiamento

Molto specifico il programma dei convegni organizzati dalla Scae (Speciality Coffee Association of Europe), con tre giornate dedicate ad altrettanti temi legati all'universo dei coffee bar.
Nella sessione di apertura si è affrontato il tema critico della gestione del cambiamento aziendale di fronte alla crisi e al mutamento dei costumi di consumo.
Sotto i riflettori tre interessanti case story. Buck Hendrix - Presidente della divisione Europa, Medio Oriente e Africa di Starbucks - ha descritto le strategie di management e di marketing attraverso le quali la compagnia di Seattle ha risanato i propri conti ritrovando, nel contempo, l'identità smarrita nelle fasi di più intensa espansione commerciale.
Spazio quindi alla storia di Intelligentsia Coffee, una torrefazione che in meno di 15 anni si è imposta all'attenzione del panorama americano per la qualità del servizio offerto agli esercenti. A raccontarla, il fondatore e attuale ceo Doug Zell, che ha illustrato la filosofia e i modelli di gestione della società, nel cui staff figura anche il neocampione Wbc 2010 Michael Phillips. Dagli States all'Inghilterra, per studiare il fenomeno Caffè Nero, la catena made in Uk, che ha aperto, a tutt'oggi, 425 locali in patria e all'estero. A tracciare una radiografia ad ampio spettro del sistema aziendale è stato Paul Ettinger (responsabile internazionale F&B), che ha delineato le scelte operate negli anni dalla sua compagnia per rimanere competitiva mantenendo standard di eccellenza. A completare il programma della giornata, l'intervento di Jeff Grout (della società di consulenze JG Consulting) e un panel di discussione.

Concept vincenti

Il secondo giorno ha esplorato vari concept di coffee bar adattati a realtà locali molto diverse per tradizioni, abitudini di consumo, quadro concorrenziale e capacità di spesa. Richard Barclay, Senior VP International Brands e Franchising per il colosso della ristorazione da viag-



1919 -2009. L'EVOLUZIONE CONTINUA

90 anni di attività in continua evoluzione.
Una storia che testimonia la qualità del prodotto industriale made in Italy.
Gli impianti per la tostatura del caffè realizzati da Petroncini sono apprezzati in tutto il mondo.
Nuove mete e nuovi successi ci aspettano.
Petroncini. Innovative coffee processing.

Petroncini Impianti SpA
Via del Fantino, 2/a 44047 Sant'Agostino Ferrara Italia
Tel. +39 0532 350076 Fax +39 0532 846721
info@petroncini.com
www.petroncini.com

petroncini 90
impianti 1919~2009

gio SSP Group ha compiuto un excursus sulle attività di Caffè Ritazza, presente, con le sue insegne, in 400 luoghi di viaggio di una trentina di Paesi.
È stata quindi la volta di Baresso Coffee, il primo concept di coffee bar nato nel mercato danese, la cui esperienza è stata ripercorsa dal co-fondatore Kenneth Luciani. Marco Schärf ha condotto per mano il pubblico della convention londinese alla scoperta dell'universo di Schärf Group, il gruppo viennese operante in tutto il mondo nel campo della fornitura di prodotti e servizi per il settore del caffè. A salire sul palco è stato poi l'inglese James Hoffman - campione Wbc 2007 e co-fondatore di Square Mile Coffee - che ha offerto la sua testimonianza sull'evoluzione registrata nell'universo dei consumi d'oltremanica dagli anni novanta a oggi.
Peculiarità e potenzialità del mercato della Nuova Zelanda sono state al centro del contributo di Carl Sara, fondatore della neonata torrefazione The Crafted Coffee Company. Ne è uscito il ritratto di una nazione di tradizioni caffeicole recenti, molto aperta, per questo, alla sperimentazione e alle innovazioni.
A seguire, un panel moderato da Barry Kither, direttore vendite e marketing di Lavazza UK.

Design innovativi

L'ultima giornata è stata dedicata alle novità nel campo del design di interni per le caffetterie. I trend emergenti sono stati analizzati da James Wallman (LS:N Global), Ross Hunter (Graven Images), Lewis Allen, (Portland Design Group), David Schomer (fondatore di Seattle's Espresso Vivace), David Anderson (co-fondatore di Cada Design Group).

Vittoria a stelle e strisce

Caffè Culture è stata teatro della XXI edizione del World Barista Championship, che ha visto in lizza 53 campioni nazionali di tutti i continenti. Al termine di tre giornate di competizioni serrate, seguite da migliaia di spettatori, con un tifo,

L'evoluzione della tazza:
presentiamo il calice da espresso.

Porcellana FAC, design d'artista, tutto made in Italy.

FAC SpA - Porcellane ACF
La tazza professionale made in Italy

via dei Gervasio, 25 I-17011 Albisola Superiore (SV) Italy
tel. +39 019 48.98.05 | fax +39 019 48.09.12 | www.acf.it | comm@acf.it

FAC™ prodotti acf made in italy

a tratti, quasi calcistico, si è imposto lo statunitense Michael Phillips, che ha preceduto in finale Raul Rodas (Guatemala), Scottie Callaghan (Australia), Colin Harmon (Irlanda), Soren Stiller Markussen (Danimarca) e Stefanos Domatiotis (Grecia).
La manifestazione ha ospitato anche le competizioni della Scae: World Coffee in Good Spirits Championship - vinta dal belga Jeroen de Corte - World Cup Tasters Championship – a laurearsi campione è stato il guatemalteco Hector Gonzalez – e World Latte Art Championship – dove si è imposta la giapponese Haruna Mutayama. Si è tinto di rosa anche il World Cezve/Ibrik Championship, che ha visto prevalere la concorrente di casa Aysin Aydogdu.

Giudizi lusinghieri per CoffeeTrend

Il nostro staff ha visitato Caffè Culture promuovendo attivamente le iniziative editoriali di Newscai. Grandi consensi per il numero bilingue di giugno (inglese/tedesco) di CoffeeTrend Magazine, distribuito in centinaia di copie per tutta la durata della manifestazione, che è stato accolto con giudizi lusinghieri dal pubblico di addetti ai lavori presente alla rassegna. ■

INTRODUCING host 2009

Born in Italy since 1961

plus puly CAFF

first in the world

The secret to successful coffee

ALL IN ONE

CLEANER FOR MILK FROTHER AND COFFEE AND MILK RESIDUES

SPECIAL BASIN TO WASH 2 PORTAFILTERS AND FILTERS

THE PROFESSIONAL SYSTEM FASTER, SAFE AND EASY TO USE FOR THE DAILY CLEANING OF:

- MILK FROTHER AND STEAM WAND
- FILTER AND PORTAFILTER
- GROUP HEAD AND BACKFLUSH VALVE

CLEANER FOR ESPRESSO COFFEE MACHINES

BRUSH TO CLEAN THE COFFEE POWDER RESIDUES

ASK YOUR SUPPLIER

Senza paura contro la crisi

Ricette per la ripresa dalla convention Scaa

Passione. È la prima forza motrice che anima il vasto e poliedrico mondo che si è dato appuntamento, dal 15 al 18 aprile, al Convention Center di Anaheim, nel cuore della California, per la XXII convention annuale della Specialty Coffee Association of America (Scaa), evento di riferimento per l'industria americana e mondiale del caffè di alta qualità. Una passione che accomuna tutti i partecipanti a questo grande happening itinerante: le grandi aziende quanto i microtorrefattori, i veterani come i nuovi entranti nel mercato, gli addetti ai lavori allo stesso modo dei semplici appassionati. E che va di pari passo con una buona dose di quel sano ottimismo americano che aiuta, nei momenti critici, ad affrontare i problemi con il giusto spirito costruttivo. Un pensare positivo che ha contraddistinto anche il keynote inaugurale– affidato alla celebre autrice e opinionista Arianna Huffington – emblematicamente intitolato quest'anno "Come non avere paura in tempi di incertezze". Giornalista, editrice e saggista di rango – inclusa, dalle classifiche di Forbes, tra le personalità femminili più influenti di sempre nel panorama mass-mediatico americano - la Huffington ha incentrato il suo intervento su due temi principali. Il primo – oggetto di uno dei suoi libri più celebri – è stata appunto la fearless perspective, ossia la capacità, dei singoli come delle imprese, di aggredire con coraggio le difficoltà e le incognite poste dalla nostra epoca. Il secondo, più specifico, l'esperienza dell'Huffington Post, un portale innovativo (fondato dal-

la Huffington), che ha dimostrato come il business dell'informazione possa trovare terreno fertile anche nella blogosfera.

Subito i big

La convention ha avuto un prologo con il Coffee Symposium, svoltosi il 14 e 15 aprile, e conclusosi a ridosso dell'apertura ufficiale della fiera. Il Simposio è entrato nel vivo sin dal day one, con le due sessioni dedicate allo stato e il futuro dello specialty coffee, entrambe moderate da David Griswold, fondatore e presidente di Sustainable Harvest. La prima ha visto protagonisti Dub Hay, Senior Vice President di Starbucks, Nathan Herszkowicz, direttore esecutivo dell'Associazione Brasiliana dell'Industria del Caffè (Abic) e il britannico James Hoffman, campione mondiale Wbc 2007. Nomi di spicco anche nella seconda sessione, svoltasi l'indomani, con la partecipazione del direttore esecutivo dell'Ico Nestor Osorio, nonché di Rocky Laverty (ceo di Farmer Brothers Coffee), Doug Welsh (vice presidente di Peet's Coffee & Tea) e Doug Zell (fondatore di Intelligentsia Coffee & Tea, una prestigiosa torrefazione di Chicago).

Ipotesi sulla Colombia

Al centro delle trattazioni e dei dibattiti, le prospettive di recupero produttivo della Colombia, dopo il crollo dell'anno passato, che ha acuito i problemi di approvvigionamento nel campo dell'alta qualità, ponendo, a carico del commercio e dell'industria, l'esigenza sempre più pressante di ricercare origini e varietà alternative.

Fedecafé (la Federazione nazionale dei produttori di caffè della Colombia, N.d.R.) continua a sostenere che il forte calo di raccolto del 2009 è dipeso da una somma di inusitate concause negative e che la situazione tornerà gradualmente alla normalità sin dalla seconda metà del 2010, con la prospettiva, inoltre, di forti incrementi negli anni a venire, grazie al programma di rinnovo colturale in corso. Ma il commercio e l'industria rimangono scettici e - visti anche i forti differenziali di prezzo, tuttora vigenti - limitano gli acquisti di caffè colombiano allo stretto indispensabile. Anche Néstor Osorio (lui stesso colombiano) si mostra prudente in fatto di previsioni e reputa difficile che il raccolto di quest'anno possa superare i 9 milioni di sacchi.

E al di là delle difficoltà contingenti, c'è chi reputa che il comparto colombiano soffra di più profondi mali strutturali, dovuti alla concorrenza esercitata dai Paesi produttori a basso costo, all'abbandono del caffè a favore di altre colture meno sensibili alle alee climatiche e, più in generale, all'esodo della popolazione rurale verso le aree urbane.

Porzionato e carbon free

Altro highlight della prima giornata congressuale, le due sessioni – inframezzate da dimostrazioni sul funzionamento delle macchine e assaggi - dedicate al mercato del caffe porzionato. La prima ha analizzato l'avvento e l'affermazione dei sistemi a cialde e capsule più popolari, creati per il mercato domestico, descrivendo la rivoluzione culturale che essi hanno portato nell'universo dei consumi. La seconda si è concentrata sulle applicazioni rivolte al mondo dei pubblici esercizi valutandole in termini di prestazioni e redditività commerciale.

A seguire, "Carbon and Coffee" ha mes-

cappellini

Un occhio di riguardo per il vostro caffè

Novità!

Caffè • Orzo • Infusi

Produzione cialde e capsule a marchio terzi
***Stampa personalizzata gratuita** anche per piccoli quantitativi*

www.cappellinicaffe.it • info@cappellinicaffe.it

CAPPELLINI snc • Via Redolone, 41 • 51034 Ponte Stella (PT) Italy • tel. +39 0573 929568 • fax +39 0573 929569

so a confronto esponenti dell'industria e scienziati, che hanno provato a definire una Blueprint (ossia un programma puntuale di strategie, programmi, progetti, misure ed azioni, N.d.R.) per la riduzione delle emissioni di CO_2 lungo la filiera del caffè. Ha completato il programma della mattinata un approfondimento tematico dedicato alla collaborazione tra la Scaa e l'Ecx (Ethiopia Commodity Exchange), la borsa delle materie prime operante da circa due anni ad Addis Ababa. A una breve presentazione di Eleni Gabre-Madhin, principale responsabile operativo del mercato a termine etiope, ha fatto seguito un dibattito aperto a tutti i partecipanti.

Le strategie dei guru

Nel pomeriggio, riflettori puntati sulla quotata analista americana Judith Ganes-Chase (fondatrice e presidente di J. Ganes Consulting) e sul guru brasiliano del marketing Carlos Brando, che hanno passato ai raggi X trend e strategie di mercato, alla ricerca di nuovi potenziali drive di crescita per il prodotto caffè.
Daniele Giovannucci (consulente della Banca Mondiale, della Fao, dell'Unctad e di numerose Ong), Chris Bacon (University of California, Berkeley) e Rick Peyser (Green Mountain Coffee Roasters) hanno affrontato le gravi conseguenze delle emergenze alimentari, ricorrenti in molte aree della regione mesoamericana, proponendo una piattaforma di misure concrete atte a far fronte a questo problema, che, oltre ad avere costi sociali enormi, mette a rischio la sostenibilità stessa dell'economia del caffè in molte comunità. Il numero di torrefattori americani che hanno deciso di contribuire a progetti di sicurezza alimentare è in costante aumento e la stessa Scaa è in prima fila nella promozione e il coordinamento di importanti iniziative in America centrale.

Storia e social media

"Miti, simboli e realtà della storia americana del caffè" è il tema della sessione che ha aperto la seconda giornata del simposio, con i contributi di Steven Topik – docente dell'università della California di Irvine – e Kenneth Davids, giornalista, scrittore, nonché apprezzato documentarista.
Dai costumi del passato a uno dei fenomeni sociologici più sorprendenti dell'epoca presente: quello dei social media. Se ne è occupato David Armano – Senior Vice President di Edelman Digital (parte di Edelman, la più grande agenzia di relazioni pubbliche indipendente del mondo, N.d.R.) - che ha esplorato le potenzialità offerte dai nuovi canali di comunicazione, condivisione e partecipazione nel marketing aziendale e di prodotto.
Si è parlato inoltre di denominazione di origine e indicazione geografica (Paul Songer e Luis Fernando Samper) - attraverso l'analisi di due diverse esperienze compiute, in Rwanda e Colombia - e di analisi sensoriale del caffè in tazza, con Vince Fedele, responsabile dei progetti tecnologici di Terroir Coffee, l'azienda creata, nel 2004, da George Howell, uno dei pionieri dello specialty coffee negli States.
A chiudere il programma, la presentazione di Global Coffee Quality Research Initiative, il neonato progetto di ricerca nel campo della qualità del caffè, aperto alla collaborazione di tutti i segmenti dell'industria. ■

E'una idea comune che alta qualità, soddisfazione del cliente e bassi costi non possamo coesistere. La nostra sfida è riuscire a darte tutto questo!

Vittoria®

IMPIANTI PER LA TORREFAZIONE

Fornitura impianti automatizzati per la torrefazione, sili per caffè verde, tostado e macinato, impianti aspirazioni polveri. Fornitura ricambi,assitenza tecnica,revisione, manutenzione vecchi impianti, per la pulizia e la selezionatura del caffè verde adeguamento e certificazione vecchie macchine.

il caffè mai più sarà nero

Vittoria es una marca registrada de Jusbustec.

JUBUSTEC

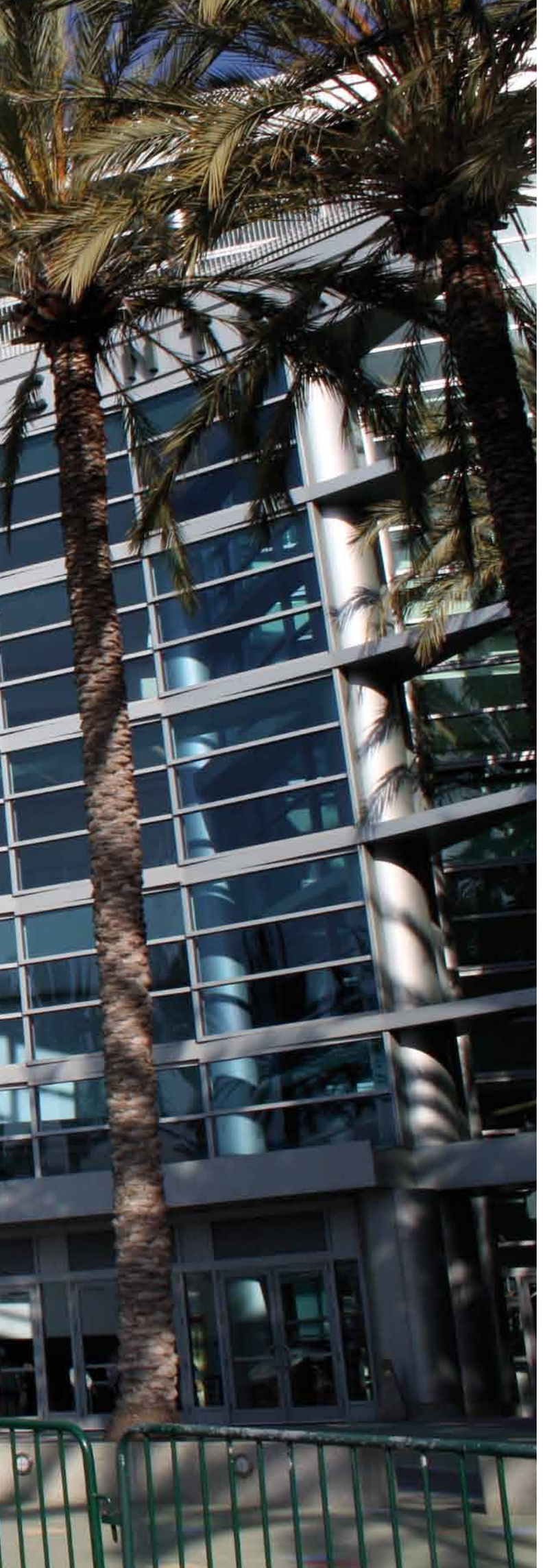
Ctra. de Alcolea 6. 43206 REUS Tarragona (Spain)

T +34 977 318 016 F+34 977 323 928

e-mail:info@jubustec.com www.jubustec.com

ASSISTENZA : Costruzioni Meccaniche Bottoni

Lo Scaa torna ad Anaheim



Oltre 8.000 visitatori per la vetrina dello specialty coffee

Per la seconda volta – la prima fu nel 2002 e coincise con il ventennale dell'Associazione – la carovana della Scaa fa scalo ad Anaheim, nel cuore dell'Orange County, a due passi dalla prima e più celebre delle Disneyland, non lontano, inoltre, dagli altri grandi distretti turistici e del divertimento della California del sud. Teatro della XXII edizione della fiera – andata in scena dal 15 al 18 aprile (il Simposio, come già detto, si è svolto il 14 e il 15) – è stato nuovamente l'Anaheim Convention Center, struttura modernissima e funzionale, raggiungibile dai principali alberghi attraverso uno splendido viale alberato di palme di alto fusto, dal notevole effetto visivo e paesaggistico.

Le cifre

La vetrina del caffè americano di qualità ha richiamato 8.025 partecipanti, per il 22% stranieri, in rappresentanza di una quarantina di Paesi di tutto il mondo. Nello show floor hanno trovato posto 730 booth, per un totale di 425 aziende, su una superficie espositiva complessiva vicina ai 14.000 metri quadrati. L'impatto della manifestazione è stato ridotto al minimo attraverso l'acquisizione di diritti di emissione e promuovendo opere di efficienza energetica. La digitalizzazione di guide, documenti e altri materiali ha consentito di risparmiare quasi due milioni di pagine di carta.

Ricco calendario

A scandire la quattro giorni californiana, anche quest'anno, un'agenda fittissima di appuntamenti, costellata di esibizioni, competizioni, incontri sociali e conviviali, showcase, nonché la consueta offerta formativa Scaa, con decine di laboratori pratici (analisi sensoriale, torrefazione, preparazione dell'espresso, le attività in primo piano), seminari di perfezionamento e corsi di preparazione alle varie certificazioni.

Ricchissimo il calendario di concorsi e competizioni. Tra gli eventi in cima al cartellone, il prestigioso premio per il "Caffè dell'anno", messo in palio dal Roasters Guild, la realtà associativa, emanazione della stessa Scaa, creata per promuovere l'eccellenza nel settore della torrefazione. Un gruppo di esperti ha valutato (secondo il sistema Scaa) oltre 130 caffè di altissima qualità, provenienti da 22 Paesi. I nove migliori sono stati ammessi alla selezione finale. Trionfatore assoluto, con un punteggio di 90,5 (su un massimo di 100), un produttore colombiano, Carlos Imbachi, titolare della finca Buenavista, situata nella municipalità di San Agustín, regione di Huila (nel sud-ovest della Colombia). Sui gradini d'onore del podio, il gutemalteco Ricardo Zelaya (Puerta Verde), dalla regione di Antigua, distretto di Sacatepequez (punteggio di 89,625) e l'onduregno Fabio A. Caballero (La Isa-

coffee buyer

solutions for coffee business

“JUST FOR Roasters”

GRIMAC

ESPRESSAMENTE

per torrefattori.

Chiamaci

0932454967

Sicilia e Calabria.

cogeco

...the right choice!

www.giorgioruta.it

bela), dell'area di Mogola, dipartimento di La Paz (89,313).
Al titolo attribuito dalla giuria "togata" di cup taster si è aggiunto quello assegnato dal voto "popolare" dei partecipanti alla manifestazione, che è andato al peruviano Wilson Sucaticona Larico (Tunki), quinto miglior classificato nella competizione principale.
Il Roasters Guild ha organizzato inoltre il Roasters' Choice Tasting Competition, riservato ai caffè presentati dai torrefattori soci dell'associazione, vinto dall'Yirgacheffe Koke proposto da Andy Sprenger di Caffe Pronto Coffee Roastery.

Nuovo trionfo per Phillips

La kermesse Scaa ha ospitato l'ottava edizione dell'United States Barista Championship (Usbc), il campionato Usa dei baristi. A laurearsi campione è stato, per la seconda volta consecutiva, Michael Phillips di Intelligentsia Coffee, che ha battuto Chris Baca e Devin Pedde. Phillips rappresenterà nuovamente gli Stati Uniti al Wbc in programma, a Londra, dal 23 al 25 giugno, cercando di migliorare ulteriormente l'eccellente terzo posto dell'anno scorso. L'Usbc ha parlato anche italiano. La macchina ufficiale è stata infatti l'Aurelia della Nuova Simonelli, sponsor tecnico ufficiale della manifestazione.

Guatemala sotto i riflettori

Ospiti d'onore del ricevimento di benvenuto, i delegati del Guatemala, Paese sotto i riflettori di questa edizione, che hanno presentato le realtà di un comparto caffeicolo in cui operano oltre 90.000 produttori, fedeli a un modello di sviluppo rispettoso degli equilibri ecologici e della biodiversità.
Gli eventi dedicati alle organizzazioni non governative e non profit hanno visto protagonisti, tra gli altri, Rainforest Alliance, Coffee Kids e l'Iwca (International Women in Coffee Alliance), che hanno illustrato i loro programmi e progetti facendo il punto sulle iniziative più recenti e sui risultati conseguiti.

Newscai ad Anaheim

Molto vivace il parterre fieristico, testimone di una ripresa che comincia a instaurarsi, seppur lentamente, nel mercato di oltreoceano. Estremamente ampio lo spettro merceologico, che si estendeva anche ai prodotti alleati e ai servizi. Cospicua, pure quest'anno, la pattuglia di imprese italiane, presenti direttamente o attraverso i loro partner in terra americana.

Abbiamo avuto l'impressione (non verificabile dalle cifre fin qui disponibili), che l'afflusso di pubblico, maggiore nella prima giornata di apertura, sia gradualmente calato in quelle successive.

La manifestazione è frequentata anche da un certo numero di appassionati, ma rimane essenzialmente un appuntamento riservato agli addetti ai lavori. Le statistiche sul profilo dei partecipanti, fornite dalla Scaa, indicano che oltre il 60% dei visitatori professionali erano imprenditori o responsabili aziendali di ampia esperienza, con un 25% abbondante di veterani del settore.

Bilancio positivo per lo staff di Newscai, che ha partecipato alla rassegna con un proprio spazio espositivo. Per questa edizione della convention Scaa, CoffeeTrend Magazine ha raddoppiato la propria proposta editoriale portando un numero bilingue inglese-spagnolo, che ci ha consentito di raggiungere, in modo ancora più diretto e capillare, gli operatori provenienti dal sud America. ■

eeTrend
N. 45 Juni
the world of coffee
ffè: oltre trent'anni d'amore!
FAQ Kaffee
Fragen, Antworten, Quintes
EIN HANDBUCH ÜBER KAFFEE

Coffee-Scout & CoffeeTrend Magazine

Una forte partnership da Amburgo a Napoli

In occasione dei principali appuntamenti internazionali di settore che caratterizzano il mese di giugno (Coteca – Amburgo dal 4 al 6 giugno e Caffè Culture – Londra, dal 23 al 25 giugno), CoffeeTrend Magazine annuncia l'attivazione di una collaborazione con il portale tedesco Coffee-Scout.net (www.coffee-scout.net), leader sul mercato online dei Paesi germanofoni.
Scopo dell'iniziativa: rafforzare il legame, già esistente tra queste due realtà, creando una sinergia di comunicazione, in virtù della quale Coffee-Scout.net veicolerà, in tempo reale, approfondimenti e notizie costantemente aggiornate provenienti dal mercato italiano. I media di Newscai avranno, in questo modo, una presenza e una visibilità ancora maggiore su scala globale beneficiando dei contatti capillari che Coffee-Scout.net intrattiene con imprese e operatori specializzati nella sua area geografica di riferimento.

Coffee-Scout.net è market leader tra i media tedeschi online dedicati al settore del caffè, con più di 1,5 milioni articoli, 14.000 abbonati alla newsletter e oltre 30.000 lettori.
Ai contenuti web va aggiunto un importante progetto editoriale: FAQ KAFFEE, il manuale sui Mondi del caffè.
"Con FAQ KAFFEE, giunto quest'anno alla sua seconda edizione, abbiamo messo a disposizione dei nostri lettori, professionisti o semplici appassionati, un interessantissimo approfondimento sulle tematiche riguardanti il caffè, condensate in 400 domande e relative risposte" spiega Martin Kienreich, editore di Coffee-Scout.net. Ricco di dati, fatti e statistiche, il manuale e corredato anche da un ampio glossario.

Per ulteriori informazioni rimandiamo i lettori al sito Internet: www.faq-kaffee.com.

La tazza professionale vola a Londra

FAC Spa – Porcellane ACF arriva al Caffè Culture come sponsor tecnico delle competizioni più importanti dedicate al mondo del caffè.

Ogni anno si tiene in una città diversa all'interno di un'importante fiera internazionale del caffè: è il World Barista Championship 2010, che ha eletto l'americano Michael Phillips come miglior barista del mondo nei giorni scorsi, all'interno della fiera internazionale Caffè Culture di Londra. Il premio ha attratto, come sempre, baristi provenienti da ogni parte del globo, da oltre 50 Paesi, molti dei quali rappresentati da delegazioni istituzionali. L'evento è organizzato da SCAA, la Specialty Coffee Association of America, la più importante associazione del settore del caffè che raccoglie le aziende leader, i migliori ricercatori e i baristi più acclamati al fine di incentivare la diffusione della cultura del caffè di qualità. FAC Spa – Porcellane ACF è uno dei pochi marchi italiani presenti nella schiera degli sponsor tecnici selezionati tra le molte aziende aspiranti, ottennendo così un ruolo di primo piano sulla scena internazionale, popolata dai migliori opinion maker del settore. Anche SCAE, la Specialty Coffee Association of Europe ha scelto la storica azienda leader di Albisola come partner tecnico del premio 6th SCAE World Latte Art Championship, tenutosi negli stessi giorni presso l'altro grande spazio competizioni all'interno di Caffè Culture. Qui i baristi si sono sfidati con cappuccini creativi e decorazioni artistiche di grande presa sul pubblico. FAC Spa – Porcellane ACF è stata chiamata a fornire le tazze professionali usate da tutti i baristi durante le tre giornate di competizioni serrate. "Essere presenti in questi contesti – spiega Silvia Canepa, presidente di FAC Spa – Porcellane ACF (www.acf.it) - conferma la forza dell'immagine aziendale e la sua autorevolezza in fatto di qualità e affidabilità del prodotto. Nei giorni delle competizioni abbiamo ricevuto molte attestazioni di stima da parte dei competitors internazionali, che già conoscono e apprezzano il nostro prodotto e la nostra filosofia aziendale".

Per l'occasione, FAC Spa – Porcellane ACF ha deciso di creare una serie speciale di tazze commemorative del WBC, che hanno rappresentato il must gadget di questa edizione. "Un successo – spiega Debora Tallarico, Direttore Commerciale Estero di Fac – giunto inatteso, anche

se sapevamo che le tazze avrebbero destato interesse. In questi ultimi due anni il marchio è tornato a brillare grazie ai nuovi prodotti, a una rinnovata competitività del brand e ad una campagna di comunicazione che ha spiegato la rivoluzione che si è verificata in casa Fac, in continuità con la tradizione di famiglia legata alla massima qualità del prodotto".

Ma cosa rende un marchio italiano nuovamente competitivo a livello internazionale dopo due decenni di successi che ai più apparivano schiaccianti da parte di produttori che giocavano sul ribasso del prezzo?

"Le cose stanno cambiando – spiega Silvia Canepa – e la qualità sta tornando a fare la parte del leone in un mercato internazionale delle tazze professionali che si è saziato di prodotti low cost e che ha pagato di tasca propria politiche aggressive di riduzione del prezzo a discapito della qualità e della sicurezza".

Il volto oscuro della globalizzazione è infatti emerso in questi ultimi anni. La cronaca registra sempre nuovi casi di prodotti contraffatti, nocivi e letali per i consumatori: dalla mozzarella blu di questi ultimi giorni, al latte alla melanina che ha intossicato oltre cinquantamila bambini, ai giocattoli prodotti con plastiche nocive; dalle scarpe cancerogene, al dentifricio prodotto con sostanze fuori legge in Unione Europea. La tutela del consumatore è divenuta quindi un'emergenza. Un anno fa, anche la porcellana cinese è finita sul banco degli imputati: un'enorme partita di tazze, acquisite come gadget dalla nota casa automobilistica Nissan, è stata urgentemente ritirata dal mercato perché risultata tossica, dopo che un cliente è stato colto da malore per aver bevuto da una di esse. Le analisi hanno rilevato un'alta concentrazione di piombo nella porcellana delle tazze e la casa automobilistica ha dovuto rintracciare 90mila suoi visitatori per ritirare la tazza data loro in omaggio.

Che l'emergenza "prodotti tossici" sia in una "fase matura", lo rivela il sito dell'Aduc, l'Associazione per i Diritti degli Utenti e dei Consumatori (www.aduc.it) che si batte da tempo contro gli attentati alla salute. Il suo sito web ha registrato decine di casi che da mesi hanno portato i prodotti tossici, soprattutto cinesi, al centro di una serie di scandali. Dai prodotti alimentari ai medicinali contraffatti, non cambia nulla: il modello di business è quello senza regole, teso a fare profitti a discapito della salute del consumatore. Per questo motivo la salvaguardia della salute del consumatore è da sempre uno degli aspetti strategici di un'azienda come Fac, che vuole garantirsi con una certificazione obbligatoria e la dichiarazione di conformità (DM 1° febbraio 2007), che assicura la tracciabilità del fabbricante ai fini della normativa riguardante la cessione di piombo e cadmio nei prodotti destinati a venire in contatto con alimenti. Anche gli imballaggi Fac sono certificati, in una filosofia di "qualità totale" che, in una fase di nuovi trend come quella che si sta aprendo, rendono il made in Italy ancora più interessante per i mercati.

"La collaborazione con Fac Spa – Porcellane ACF – conferma Laura Lee, organizzatrice del WBC – è dettata dal nostro desiderio di offrire ai concorrenti una tazza sicura che sia all'altezza delle loro prestazioni, che sappia conservare ed esaltare il caffè preparato ed offra il design e la bellezza come valore aggiunto. In ciò, le tazze professional di Fac ci sono sembrate la scelta obbligata anche vista la resistenza, che in competizioni come queste diventa un elemento molto importante, viste le sollecitazioni a cui sono sottoposti tutti gli strumenti di lavoro".

linea COMBI

by **PRO.VE.MA - PADOVAN**

Una Linea
è meglio di due

La **linea COMBI** unisce la linea per l'aggraffatura di barattoli **BIG METAL BOX** da **2** e **3 kg**. con la linea per l'aggraffatura di barattoli **SMALL METAL BOX** da **125** e **250 g**.

PRO.VE.MA. srl
MACHINES FOR FOOD INDUSTRY

PRO.VE.MA. srl Via Lungargine, 35 - 27050 Bastida Pancarana - Pavia
Tel. +39.0383.855010 Fax +39.0383.895729
www.provema.it - e-mail: info@provema.it

Che il made in Italy possa e sappia lavorare in sinergia lo dimostra anche l'operazione di co-marketing che ha portato FAC Spa – Porcellane ACF e Nuova Simonelli Spa, fornitrice della Ferrari delle macchine professionali per espresso (quella "Aurelia" che è la macchina ufficiale del WBC 2009-2011), ad annunciare durante la premiazione del WBC un premio speciale: i sei finalisti dell'ambita competizione saranno infatti ospitati nei prossimi mesi dalle due aziende in un "viaggio in Italia" che li porterà a visitare le bellezze di Albissola, in provincia di Savona, e di Belforte del Chienti, in provincia di Macerata, dove le aziende hanno le proprie sedi storiche e gli stabilimenti produttivi. "In tal modo – sostiene Silvia Canepa – i migliori baristi di oggi, che sono poi anche importanti opinion maker potranno approfondire la nostra storia e i nostri valori in totale relax e svago". Idea condivisa anche dal direttore Marketing Maurizio Giuli della Nuova Simonelli Spa: "questa campagna di co-marketing unisce le forze di due marchi che da sempre promuovono la cultura del caffè a livello internazionale".

Ma da dove ha inizio questa rinascita di uno dei marchi italiani più prestigiosi nella produzione di tazze professionali di porcellana feldspatica?

La dirigenza di FAC Spa – Porcellane ACF, insediata da alcuni anni, ha lanciato il nuovo corso aziendale: un incontro fra tradizione e modernità. "Da bambina mio padre mi portava davanti ai forni di cottura delle sue tazze – ricorda Silvia Canepa - è stato allora che ho iniziato ad apprezzare il mondo della ceramica". Nata ad Albisola oltre cinquant'anni fa, per merito di Giacinto Adolfo Canepa, FAC Spa – Porcellane ACF oggi impiega circa duecento persone ed esporta la metà della produzione in 22 Paesi di cinque continenti. Ma quali sono linee guida dell'azienda? Lo spiega la sua presidente: "abbiamo potenziato il settore ricerca e sviluppo ed il servizio di personalizzazione con il necessario adeguamento del settore produttivo che impiega operai specializzati e tecnici di prim'ordine nel settore della porcellana. Abbiamo innovato i servizi internazionali offerti ai clienti, le certificazioni, la comunicazione interna ed esterna, una maggior presenza sul panorama internazionale con iniziative legate al mondo del caffè, come dimostra la nostra collaborazione con il WBC. Per ottenere il successo meritato, oggi in un mercato globale, è importate produrre tazze professionali d'eccellenza, testate una per una e certificate secondo le direttive più rigorose, come facciamo in FAC; è fondamentale anche offrire servizi d'assistenza e di personalizzazione all'avanguardia; infine occorre comunicare quest'eccellenza divulgando la cultura della tazza ad uso professionale sulla scena globale, per impedire che diventino protagoniste quelle aziende che imitano, malamente, i nostri prodotti vendendoli magari a cifre di poco inferiori, ma molto meno valide e spesso anche al di fuori dei controlli di legge". La tazza da caffè professionale FAC significa quindi maggiore durata e prestazioni superiori, che si traduce in un risparmio economico in sicurezza e in immagine per quei torrefattori e baristi che le usano. Sì, perchè come ama dire Silvia Canepa, durante i seminari ai quali è spesso invitata: "Volendo usare una metafora possiamo dire che servire un buon espresso in una tazza inadatta sarebbe come guardare un

film a colori su un televisore in bianco e nero: si vede lo stesso film e si comprende ugualmente la trama, ma si perdono tutti i piaceri e la ricchezza offerti dal colore. Allo stesso modo, un buon espresso servito dentro una tazza inadatta perde i suoi colori principali, che sono il suo aroma e la sua consistenza".
Del resto, la tazza professionale è l'ultimo aspetto che può fare la differenza all'interno della perfetta "coffee experience".

Ma cosa riserva il futuro?

Le nuove strategie messe a punto da FAC hanno buone probabilità in un futuro non troppo lontano di collocare l'azienda nel mercato di riferimento in una posizione di leadership di prezzo e di prodotto, anche in vista del fatto che la Cina sta aumentando rapidamente il costo della sua manodopera e lo yuan si sta affermando come moneta fluttuante. "Gli scioperi cinesi, gli aumenti radicali degli stipendi e una presenza più paritaria dello Yuan nel mercato valutario – conclude Silvia Canepa – ci stanno preannunciando l'inizio di una nuova era, in cui la Cina non sarà più terribilmente concorrenziale sul prezzo, a discapito di qualità e sicurezza come ha fatto finora. Registriamo alcuni importanti segnali d'interesse, da parte di grossi torrefattori, rispetto a proposte alternative a quelle cinesi: segno evidente che il rapporto qualità/prezzo offerto da Fac è quanto di meglio si possa reperire attualmente sul mercato di riferimento, e che FAC ha fatto la scelta giusta pensando si riorganizzarsi sotto il profilo produttivo al fine di mantenere la stessa qualità riducendo i costi; tali strategie permettono di stare sul mercato dei grandi ordinativi, che sono poi quelli per i quali l'azienda è nata e si è sviluppata". Fac si conferma quindi come una realtà storica, leader internazionale del made in Italy pronta per le sfide future di un mercato in continua evoluzione. ■

EXPO VENDING SUD

2° Salone Specializzato, nei Sistemi per la Distribuzione Automatica, **rivolto anche ai Paesi del Mediterraneo.**

REGIONE SICILIANA · PROVINCIA REGIONALE DI CATANIA · COMUNE DI CATANIA

"Un appuntamento sempre nuovo.."

SUPERMISCELA TORRISI

FIERA DI CATANIA - LE CIMINIERE, 26-28 NOVEMBRE 2010

(Orario di apertura: 10.00 - 19.00 - Ingresso libero, riservato agli Operatori del Settore)

www.sisoftnet.com SISOFT Soluzioni Informatiche Software

La Distribuzione Automatica è una moderna modalità di servizio per il cliente, di erogazione di prodotti alimentari e non, caratterizzata da innovazione e qualità dei prodotti, affidabilità ed efficienza delle macchine distributrici, estrema semplicità e velocità di servizio.

Condizioni generali di partecipazione, consultabili all'interno del sito, alla voce esporre.

Info : 320 0437522 - marketing@expovendingsud.it

Indice inserzionisti

A
ALESSANDRO GARBIN pag. 17
ASACHIMICI pag. 25

B
BRAMBATI pag. 5

C
CAPPELLINI pag. 29
COFFEE BUYER pag. 35

D
DIDIESSE pag. 4

E
ENCODATA pag. 9
EXPO VENDING SUD pag. 45

F
FAC - PORCELLANE ACF pag. 23

H
HOSTELCO pag. 47

I
ICOPERFEX pag. 7
INDUSTRIA LIGURE CAFFÈ pag. 2

J
JUBUSTEC pag. 31

L
LA SAN MARCO pag. 3

P
PANAFÈ pag. 11
PETRONCINI IMPIANTI pag. 21
PROVEMA pag. 43

S
SATEMAC pag. 13
SCOLARI ENGINEERING pag. 1, 48
STA IMPIANTI pag. 15

Editore
NEWSCAI di Elena Girolli & C. s.a.s.
Aut. Trib. Di verona n. 1708 del 04/04/2006

Direttore Responsabile
Elena Girolli

Sede Legale
Via Locchi 26, 37124 Verona

Redazione
Vicolo del Castagneto 6, 34127 Trieste
Tel.: +39 040 366692, Fax: +39 040 632669
E-mail info@newscai.com
http://www.newscai.com

Collaboratori
Delfino Enrile
Marco Zennaro
Martin Kienreich
Michele Cremon

Stampa
Pigraf - Slovenia

Niente in questa pubblicazione
potrà essere riprodotto interamente
o in parte senza il consenso
dell'editore.

(NEWSCAI).

PER VISITARE REGISTRATEVI SU: www.hostelco.com

ÁREACAFÉ HOSTELCO

Il grande appuntamento del caffè vi aspetta.

Fira Barcelona

Quartiere fieristico Montjuïc 5-9 Noviembre 2010

Área Café sarà l'evento chiave in Europa con tutta la filiera: dal chicco alla tazzina. Le migliori opportunità, ora più che mai, per i vostri affari. Solo ad Hostelco, il miglior appuntamento al servizio del caffè e dell'ospitalità.

HOSTELCO

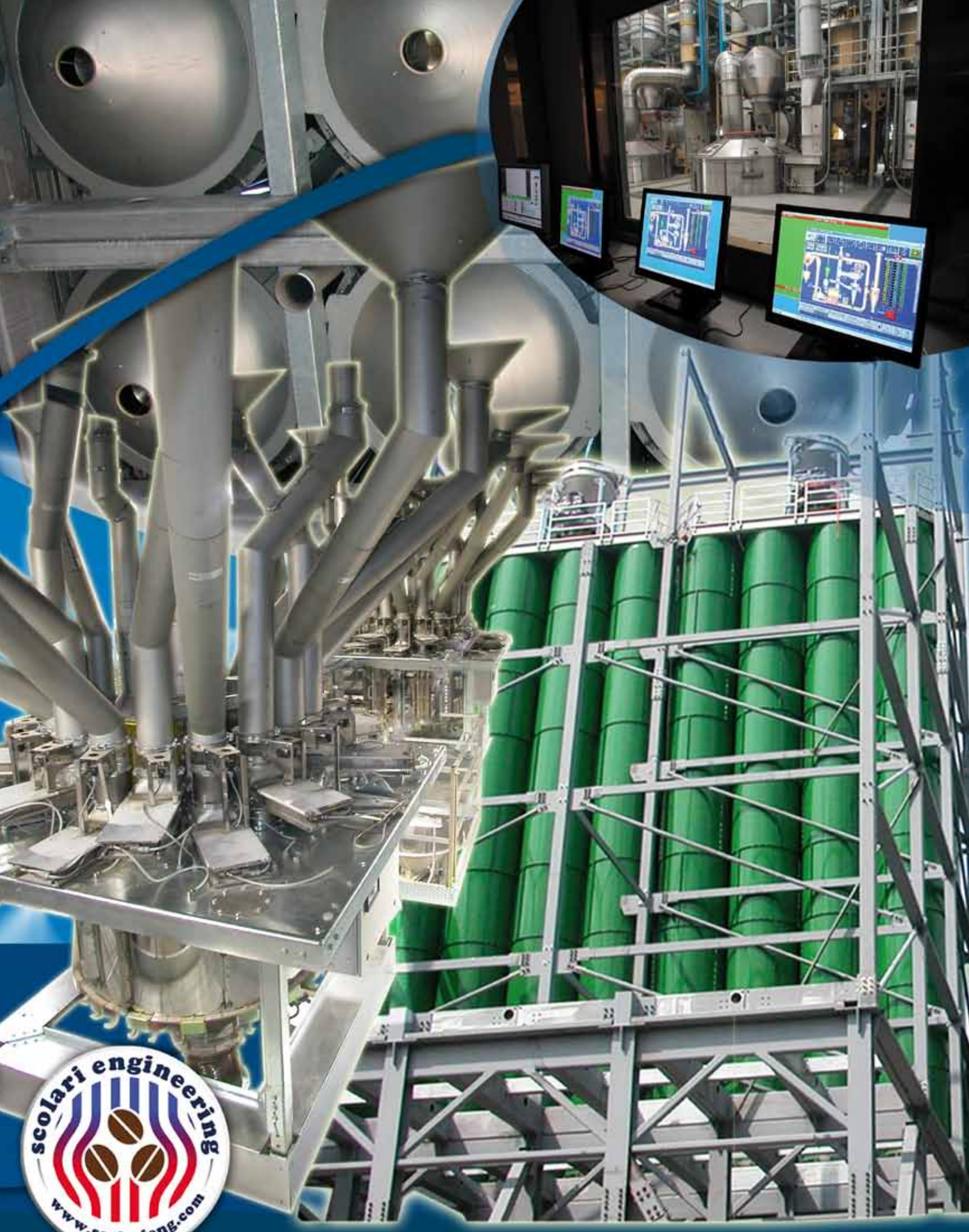
Salone Internazionale delle Attrezzature per Ristorazione, Hotel e Collettività

www.hostelco.com

Oficial Carrier: Spanair
A STAR ALLIANCE MEMBER

Info: Expoconsulting - Tel. 39 051 649 31 89 - italy@firabcn.es

felac
SPANISH FEDERATION OF HOSPITALITY AND CATERING EQUIPMENT MANUFACTURERS



scolari engineering *spa*

20092 Cinisello Balsamo (Milano) Italy - Via Per Bresso, 248 - Tel. 0039.02.61456/270 sales - Fax 0039.02.61456/215 isdn - 66500260
USA and Canada: **TEXPAK INC.** - One Greentree Centre, Suite 201 - Marlton, NJ 08053 - Ph. (856) 988-5533 - Fx (856) 988-5524
SCOLARI ENGINEERING ESPAÑA - Ctra. De Markina 1-F - 01139 Sarria (Alava) - España - Ph. (945) 430 714 - Fx. (945) 430 715
JAPAN: **SuTec LTD.** - 3F Shin-Ei Bldg. 2-4-13, Sakaemachi-Dori, Chuo-Ku, Kobe / Japan. Ph.(078)391-3251, Fx.(078)391-3252