GIUGNO 2018

molto TOSTATO

mensile d'informazione sul mondo del caffè
www.newscai.com

IN QUESTO NUMERO

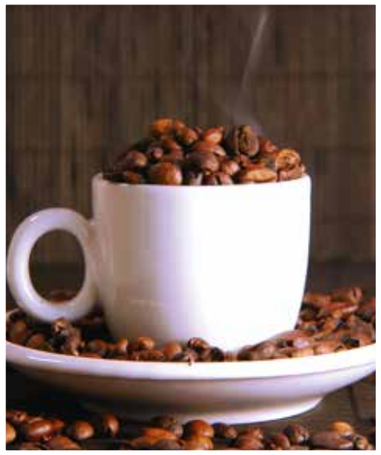
2 **EDITORIALE**
Nestlé acquisisce la licenza per la commercializzazione dei prodotti Starbucks

4 **PANORAMA ITALIANO**
Venditalia: mercato del caffè al distributore automatico in crescita

8 **BORSE**
Prezzi in modesta ripresa a maggio

12 **NEWS & ATTUALITÀ**
Starbucks: Howard Schultz abbandona la presidenza

Spedizione in A.P. -45% D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n°46) art. 1, comma 2/DCB "TS" - Giugno 2018



Editore: NEWSCAI
di Elena Girolli & C. s.a.s.
Aut. Trib. di Verona n. 1707 del 04/04/2006

Direttore responsabile:
Elena Girolli

Redazione:
Via E.Boegan 8
34128 Trieste-Italia
tel.: +39 040 36 66 92
email: info@newscai.com
www.newscai.com

Responsabile progetto grafico e stampa:
Studio Matris, Izola, SLO

Niente in questa pubblicazione può essere riprodotto per intero o in parte senza il permesso scritto dell'editore (NEWSCAI)

Editoriale

Nestlé acquisisce licenza per commercializzazione prodotti Starbucks

Le due aziende lavoreranno a stretto contatto sull'innovazione e le strategie go-to-market per portare il miglior caffè ai clienti di tutto il mondo.

Nestlé ha recentemente annunciato l'accordo che garantisce alla società svizzera i diritti perpetui di commercializzare i prodotti confezionati Starbucks consumer e foodservice a livello globale, ad eccezione dei prodotti preparati e venduti nella catena dei coffee shop dell'azienda americana. In tal modo il Gruppo Nestlè consolida la sua leadership globale nel mercato globale del caffè dove attualmente già opera con i due marchi iconici Nescafè e Nespresso. Questa transazione fornisce a Nestlé una solida piattaforma per la continua crescita in Nord America con posizioni di leadership nelle aziende premium di caffè tostato, macinato e porzionato. Consente inoltre a Nestlé di acquisire nuove opportunità di crescita nel resto del mondo con i prodotti premium Starbucks. In qualità di fornitore completo di soluzioni per il caffè, Nestlé accelera la crescita dei canali fuori casa. Le due aziende lavoreranno a stretto contatto sull'innovazione e le strategie go-to-market per portare il miglior caffè ai clienti di tutto il mondo. Come parte di questa transazione, Starbucks riceverà un pagamento in contanti anticipato di 7,15 miliardi di dollari per un business che finora ha generato un fatturato annuo di 2 miliardi di dollari. La transazione non include il trasferimento di alcun capitale fisso, il che facilita un'integrazione semplice ed efficiente. Nestlé si aspetta che questa attività contribuisca positivamente ai suoi guadagni per azione e agli obiettivi di crescita organica a partire dal 2019. Il programma di riscatto delle azioni in corso di Nestlé rimarrà invariato. Circa 500 dipendenti Starbucks entreranno a far parte della famiglia Nestlé per guidare le prestazioni del business esistente e l'espansione globale. Le operazioni continueranno a trovarsi a Seattle. L'accordo è soggetto all'approvazione normativa consuetudinaria e dovrebbe concludersi entro la fine del 2018. L'accordo esclude i prodotti pronti da bere e tutte le vendite di qualsiasi prodotto all'interno dei coffee shop Starbucks.

Negozio - PROBATONE

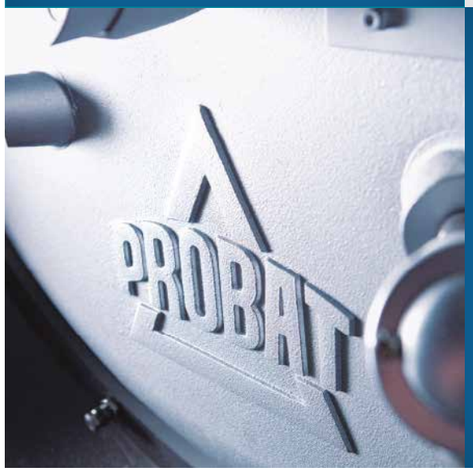
Tamburo - NEPTUNE

Tangenziale - JUPITER

Centrifuga - SATURN

...Concedetevi il lusso di non sbagliare. Aroma, acidità, corpo e colore del caffé possono essere sviluppati in modo diverso. L'esperienza Probat non si è fermata ad un solo principio di torrefazione ma ha sviluppato diverse tecnologie di processo per la tostatura. Il risultato è stato quello di arrivare ad ottenere aromi specifici, dove il profilo, il tempo ed il calore hanno un proprio significato. Metodi di trasmissione termica a conduzione e convezione, in forma mista, giocano un ruolo determinante per un buon risultato della tostatura. L'indipendenza fra controllo delle temperature, flussi d'aria e movimentazione del prodotto, permette uno sviluppo ideale delle sostanze aromatiche.
La meccanica di precisione e tecnologie, sono concepite per durare nel tempo.
Energia, Ambiente ed Affidabilità; tre punti importanti che riteniamo non possano essere considerati separatamente.
Anche nei sistemi destinati alla protezione dell'ambiente, Probat offre soluzioni ottimali ed armonizzate alle differenti esigenze per tutti i processi di tostatura.

TOSTATRICI
PERFETTE
PER
RISULTATI
MIGLIORI



WWW.BRUGGERWEB.IT

PROBAT

BRUGGER S.r.l. • Via Maculani, 44 • 29121 Piacenza • Italia

Tel. 0523/318083 • Fax 0523/314267 • E-Mail: brugger@bruggerweb.it

Gimoka:
sottovuoto garanzia di qualità

Gruppo Gimoka ha recentemente presento in occasione di Venditalia 2018 una soluzione tecnologica volta a garantire la qualità del caffè costante nel tempo, grazie ad un sistema di creazione del sottovuoto all'interno della campana caffè. La creazione e il mantenimento del caffè in sottovuoto garantiscono uno stato di conservazione caratterizzato da un'umidità bassa e una presenza dell'ossigeno nell'aria pressoché nulla. Si evita così il fenomeno di ossidazione del caffè poiché le attività biologiche ed enzimatiche vengono notevolmente rallentate dall'assenza dell'aria. Inoltre si impedisce il fenomeno dell'irrancidimento poiché l'umidità non entra in contatto con i chicchi di caffè. Questa soluzione innovativa trova una valida applicazione nella Distribuzione Automatica, oltre che nel segmento horeca). Nel Vending va sottolineato come il sistema messo a punto da Gruppo Gimoka sia installabile nei distributori automatici già presenti sul mercato. Questa peculiare caratteristica consente di innalzare il livello prestazionale sfruttando l'investimento già sostenuto. Altri vantaggi offerti da questa innovazione nel Vending sono la facilitazione delle operazioni del caricatore, grazie al coperchio easy open della campana caffè; riduzione della frequenza di caricamento, in virtù del prolungamento del periodo in cui il caffè rimane in uno stato ottimale; la non formazione di grumi di caffè, effetto ottenuto dal processo di creazione del sottovuoto. Il sistema progettato utilizza componenti studiati ad hoc tali da eliminare sforzi meccanici che possono compromettere la vita utile del motore del dosatore. Non essendo necessario l'uso di agitatori (parti meccaniche di facile usura) per evitare la creazione dei grumi la vita utile del motoriduttore non ne risulta compromessa. Le soluzioni tecnologiche sviluppate nell'applicazione della campana caffè con sistema sottovuoto da Gruppo Gimoka sono protette da 2 brevetti patent pending.

Panorama Italiano

Venditalia: mercato del caffè al distributore automatico in crescita

Venditalia: mercato del caffè al distributore automatico in crescita

A Venditalia uno spaccato sui trend legati al caffè: secondo lo studio di Accenture per Confida, l'associazione italiana della Distribuzione Automatica, nel 2017 in Italia sono state quasi 3 miliardi le erogazioni per un mercato da 884 milioni di euro. Al distributore automatico si consuma ormai l'11% del caffè prodotto a livello globale, che equivale a circa 150 miliardi di consumazioni erogate attraverso le cosiddette "vending machine". A tracciare questo scenario è Confida nella cornice di Venditalia, la più importante manifestazione mondiale del settore che recentemente tenutasi a fieramilanocity fino a sabato 9 giugno. Nel 2017 in Italia i distributori hanno dispensato 2 miliardi e 768 milioni di caffè (+0,59%) per un fatturato di 884 milioni di euro secondo le rilevazioni dell'annuale studio di settore realizzato da Accenture. "Il mercato del caffè al distributore automatico è in crescita anche grazie alla capacità del comparto di soddisfare i nuovi gusti e le abitudini emergenti dei consumatori – commenta il presidente di Confida Massimo Trapletti – oggi ben l'84% dei caffè erogati dalle vending machine del nostro Paese è in grani macinati, segno evidente della ricerca di una maggiore qualità. E Confida in collaborazione con CSQA, ha dato vita alla certificazione del caffè in grani destinate al vending DTP 114 che definisce parametri qualitativi funzionali superiori rispetto a quelli già definiti per legge. Infine, le vending machine di nuova generazione, attraverso l'uso della tecnologia digitale e degli schermi touch permettono di offrire un prodotto personalizzato: mixando infatti gli ingredienti di base come ad esempio: caffè, latte, cacao, topping e granelle, si può comporre la propria bevanda a piacimento, anche da asportare grazie alle comodissime cup to go". La ricerca della qualità procede di pari passo con il bisogno di diversificazione. Perciò il caffè, prodotto simbolo della distribuzione automatica italiana, diventa sempre più moda. "Si sta sviluppando l'esigenza di distinguersi nettamente rispetto al passato – commenta Alessandro Galtieri, campione italiano di caffè filtro e trainer specializzato SCA Italy – bevande XL, cup to go e caffè gourmet sono sempre più presenti nelle scelte dei consumatori. Il vending, in questo senso, si sta dimostrando capace di cavalcare il trend con un'offerta ampia e apprezzata da un target eterogeneo". Gli italiani bevono in media 2,2 caffè a testa al giorno. Il Belpaese è al sesto posto nella classifica dei consumi in valore assoluto con 300mila tonnellate annue. La prima piazza spetta agli Stati Uniti con 1.6 milioni di tonnellate (soprattutto American Coffee), davanti al Brasile (1,2 milioni di tonnellate), alla Germania (600mila tonnellate), al Giappone (500mila tonnellate, con una prevalenza del caffè freddo in lattina denominato Kan khoi) e alla Francia (400mila tonnellate). Nei consumi pro capite il primato è dei Paesi scandinavi: in particolare in Finlandia – dove è molto popolare il Kaffeost, rito che prevede di accompagnare il caffè con un formaggio a pasta semi-morbida – se ne consumano 12 kg all'anno. L'Italia è nona con 5,8 kg annui, dietro a Paesi come Olanda (8,4 kg), Svizzera (7,9 kg), Belgio (6,8 kg) e Canada (6,2 kg), che usano soprattutto infusi e altri metodi di filtraggio diversi rispetto al nostro espresso.

Successo del primo Milano Coffee Festival

Milano Coffee Festival, il primo grande evento nazionale dedicato alla bevanda più amata dagli Italiani, si è concluso con un grande successo di pubblico. Circa 10.000 persone, tra coffee lovers, torrefattori, produttori di macchine e operatori del settore, per un totale di quasi 20.000 degustazioni offerte. Il Festival, promosso da Consorzio Promozione Caffè e Ucimac, con Host Milano-Fieramilano e in collaborazione con Sca-Specialty Coffee Association, è stato organizzato dall'Agenzia Sedicieventi. L'evento, patrocinato dal Comune di Milano e della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, ha proposto un ricco programma di educational, degustazioni, laboratori, esposizioni e incontri di approfondimento, appositamente pensati per coinvolgere il visitatore in un'esperienza unica. "Consideriamo questa prima edizione del Milano Coffee Festival un'esperienza positiva – ha dichiarato Patrick Hoffer, Presidente del Consorzio Promozione Caffè – Abbiamo coinvolto Paesi produttori, grazie al prezioso supporto dell'IILA, numerosi torrefattori e produttori di macchine per caffè. I corsi promossi da SCA e dall'Uni-

versità del Caffè di illy, di alto profilo professionale, hanno riscosso molto entusiasmo ottenendo una partecipazione numerosa. Di rilievo anche le sponsorizzazioni da parte di operatori esterni di alto profilo. Nel complesso siamo molto soddisfatti: gli oltre 10.000 visitatori hanno confermato un grande interesse verso il mondo del caffè, la sua filiera, le origini, le diverse modalità di preparazione della bevanda. Nei prossimi anni ci auguriamo di proseguire e rafforzare le nuove edizioni del Coffee Festival nell'ottica di un sempre migliore dialogo con gli operatori del settore e con tutti i coffee lovers, per dare nuove risposte e nuove prospettive ad una delle passioni più antiche degli italiani". Tanti gli ospiti illustri, esperti e testimonial del settore che hanno animato l'area Educational: da Helena Oliviero, campionessa italiana in carica di cup tasting, che ha guidato il pubblico in un avvincente percorso di conoscenza del gusto, a Luigi Lupi, esponente di spicco della popolarissima Latte Art che ha trasformato il cappuccino in un'opera d'arte e il barista in un vero e proprio artista, fino al campione italiano in carica Davide Cavaglieri, protagonista dell'apprezzato laboratorio Barista 2.0. Inoltre, quanti avevano nel cassetto il sogno di Aprire un Coffee Shop in Italia, hanno potuto seguire l'educational di Chiara Bergonzi, vice campionessa mondiale di Latte Art, e prendere appunti su come aprire una caffetteria di alta qualità e diventare imprenditori di successo. Complessivamente, sono stati circa 1.000 i partecipanti alle sezioni di approfondimento condotte da Sca. Tra gli ospiti d'eccezione anche Rubens Gardelli. In occasione dell'evento i visitatori hanno infatti potuto degustare i caffè che lo scorso dicembre a Pechino, nella finale del Campionato Mondiale Tostatori, gli hanno permesso di vincere il titolo di miglior torrefattore al mondo. Sponsor tecnico dell'Area Educational è stato Kenwood, leader mondiale nel segmento della food preparation, mentre, grazie a Tu Si Bio, tutti i materiali utilizzati erano biodegradabili. A completare questa impedibile coffee experience, lo spazio Coffee World dedicato alle origini e alla sostenibilità dell'affascinante materia prima, in collaborazione con IILA–Organizzazione Internazionale Italo-Latino Americana e UNIDO-United Nations Industrial Development Organization. Un suggestivo percorso di approfondimento fatto di tradizione, qualità e passione in compagnia di alcuni tra i principali Paesi produttori: Ecuador, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Etiopia, Guatemala, Honduras e Repubblica Dominicana. Presente anche il Vietnam grazie alla collaborazione con l'Ambasciata del Vietnam in Italia. I Paesi sono stati apprezzati protagonisti anche nelle aree Educational e Auditorium con sezioni di cupping e workshop dedicati.

Il viaggio alla scoperta dei meravigliosi luoghi e persone del caffè è stato reso possibile anche grazie a illycaffè. Seguitissimi i numerosi appuntamenti gratuiti in compagnia degli esperti dell'Università del caffè.

Kimbo e Algida: rinnovata la partnership per il lancio dei nuovi gelati al caffè

Kimbo, simbolo dell'espresso napoletano per eccellenza, e Algida (Unilever), tra i brand più amati nel mondo dei gelati, rinnovano la partnership che dal 2013 unisce i due brand in tutto il foodservice italiano. Dal 2018, infatti, Kimbo-Algida lanciano una nuova linea di gelati al caffè destinata al consumo domestico: la "Coppa Kimbo" prodotta con caffè Kimbo 100% Arabica, dal gusto deciso e unico del caffè espresso, disponibile in confezioni da 4 vasetti da 40g, e i "Bon Bon al caffè Kimbo" ottimi da gustare a fine pasto o in una qualsiasi pausa nel corso della giornata. Una collaborazione che affonda le sue radici nel 2013 quando Unilever Italia con l'iconico brand Algida ha dato vita ad una novità assoluta per il mondo del gelato: la "Coppa Kimbo", il primo gelato al caffè espresso prodotto con caffè Kimbo 100% Arabica, distribuito in oltre 50mila bar in Italia, mettendo d'accordo gli appassionati di entrambi i brand. I due nuovi prodotti destinati al consumo domestico saranno in vendita in tutta la grande distribuzione italiana e saranno accompagnati dal nuovo ed esclusivo concorso "Algida e Kimbo". Tutti coloro, infatti, che dal 1 giugno al 31 agosto 2018 si recheranno nei punti vendita aderenti all'iniziativa e acquisteranno una confezione di uno dei nuovi gelati ed una di caffè Kimbo, parteciperanno all'estrazione di una macchina da caffè Kimbo Uno Capsule System. Il concorso sarà un'occasione unica per tutti gli appassionati di caffè Kimbo e di gelati Algida, che avranno così l'opportunità di vincere una macchina da caffè dal design accattivante con cui gustare, direttamente a casa propria, tutto il gusto dell'espresso secondo l'autentica tradizione italiana dell'espresso. Ancora una volta questa partnership conferma la volontà di Kimbo di valorizzare le sinergie con altre importanti realtà produttive nazionali e multinazionali, condividere prestigiosi progetti e tutto quanto stimoli un corretto scambio di capacità ed esperienze nell'ottica di continuare ad interpretare l'evoluzione dei costumi e del gusto offrendo un prodotto sempre attuale.

Dersut Caffè partner di Welfarecare con "prevenzione è vita"

Dersut Caffè, storica torrefazione di Conegliano (TV), è da sempre attiva nel territorio, attraverso il sostegno di tantissimi progetti di carattere culturale, sportivo e sociale.

Da qualche mese l'azienda ha deciso di supportare WelfareCare e la sua iniziativa "Prevenzione è vita", che si occupa di rendere disponibile lo screening mammografico gratuito alle donne comprese nella fascia d'età 40/49, escluse dal servizio sanitario. Ogni anno il tumore al seno colpisce in Italia 1 donna su 8, per un totale di circa 48.000 nuovi casi. Nonostante lo screening mammografico abbia avuto ottimi risultati nella lotta contro il carcinoma al seno e la "diagnosi precoce" rimanga la forma di prevenzione più efficace, un'intera fascia d'età molto a rischio non può approfittare dei contributi statali. "Prevenzione è vita" cerca di migliorare questa condizione, offrendo una mammografia con cadenza biennale, in forma totalmente gratuita, alle donne che rientrano nella fascia a rischio. Il tutto avviene grazie all'impegno di molte aziende del territorio, senza l'utilizzo di fondi pubblici. Dersut Caffè è tra queste, attraverso la donazione di ben 36 screening mammografici gratuiti. Si tratta di un sostegno importante, non solo dal punto di vista economico: la prevenzione è fondamentale e come tale dev'essere tutelata e diffusa come cultura comune.

Partesa: distributore esclusivo della nuova preparazione a freddo illy cold brew

Quando due realtà dinamiche e solide si incontrano nascono progetti importanti. È quanto succede per il lancio di illy cold brew, il nuovo soft drink naturale alla spina di illycaffè – azienda leader globale nel segmento del caffè di alta qualità – che ha scelto Partesa, key player nazionale nella distribuzione di bevande, come partner per la distribuzione in esclusiva nel canale horeca. Illy cold brew è una bevanda lunga a base di caffè che si prepara attraverso un sistema di estrazione a freddo – non usa calore – con un tempo di infusione di 12 ore, che permette di preservare al meglio tutti gli aromi del caffè, esaltandone il gusto. Un'alternativa dissetante, rinfrescante e naturalmente dolce, perfetta anche senza zucchero. Proposto in alcuni locali selezionati in collaborazione con Partesa e nei Caffè illy, cold brew nasce per il target dei cosiddetti Millennials, gli under 30 particolarmente ricettivi alle ultime tendenze ai quali illy vuole avvicinarsi per raccontare la sua storia e la continua ricerca per perfezionare il suo unico blend emblema del Made in Italy nel mondo. Se il caffè freddo alla spina negli Usa è già diffuso, in Italia questo soft drink naturale rappresenta una assoluta novità. Per questo è stato necessario affidarsi a un partner che fosse in grado di mappare il territorio e individuare i punti di consumo più adatti a comprendere e valorizzare una novità di tale portata verso il consumatore finale, in un Paese dove l'espresso è un vero e proprio rito. Partesa, con 29 anni di esperienza e 45mila clienti diffusi su tutto il territorio nazionale, grazie alla propria capillarità distributiva e a un team di consulenti in grado di offrire ai propri clienti un servizio a tutto tondo, è stata la scelta più logica, il partner d'eccellenza per far conoscere su larga scala questa novità. "cold brew rappresenta la principale novità 2018 per illycaffè – commenta Massimiliano Pogliani, Amministratore Delegato illycaffè – un modo alternativo per degustare il ricco profilo aromatico del blend illy abbinato alla delicatezza e freschezza tipica di una bevanda estiva. Perfetto per un pubblico giovane, sempre alla ricerca di qualcosa di nuovo. Per la distribuzione ci siamo affidati a Partesa, un partner e distributore affidabile che ha compreso fin da subito le nostre esigenze e la nostra strategia". Commenta Riccardo Giuliani, Amministratore Delegato di Partesa "Partesa non è nuova a collaborazioni d'alto profilo. Le ragioni sono semplici: i nostri partner in business sanno di affidarsi a un network in grado di soddisfare in toto le loro esigenze, non solo grazie alla nostra capillare presenza sul territorio, ma anche e soprattutto alla nostra capacità di fare consulenza e identificare le migliori strategie e opportunità distributive che, nel mercato del fuori-casa, concorrono in modo determinante al successo di un nuovo prodotto. È un motivo di orgoglio per noi, essere a fianco di illycaffè in questo appassionante progetto".

Fipe: il business del caffè nei bar italiani

"L'espressione del vivere fuori casa, dalla colazione al dopocena, un luogo di ritrovo ma anche un modello di impresa simbolo dello stile di vita italiano. Il bar è tutto questo e molto di più, una vera e propria "istituzione" da Nord a Sud del Belpaese, e in occasione di Gourmet Expoforum abbiamo voluto sviluppare una riflessione di settore, mettendo al centro il tema della qualità". Fipe – Federazione Italiana Pubblici Esercizi nelle parole del suo Presidente Lino Enrico Stoppani riassume i contenuti della tavola rotonda "Il Bar di qualità: esperienze ed opinioni a confronto", in collaborazione con Epat – Esercizi Pubblici Associati di Torino e provincia e Ascom Torino. L'incontro ha creato anche l'occasione per presentare i dati aggiornati sul bar italiano a cura dell'Ufficio Studi Fipe. Ad oggi sono 149.154 i bar in attività lungo lo Stivale, con un volume di affari di 18 miliardi di euro e concentrati principalmente in alcune regioni: Lombardia (16,9%), Lazio (10,4%), Campania (9,6%), Veneto (8,4%) e Piemonte (7,2%). Per quanto riguarda la nati-mortalità delle imprese, nel 2017 si riscontrano 6.335 imprese iscritte e 11.979 imprese cessate, con un saldo negativo di 5.644 imprese. Per quanto riguarda la tipologia di esercizio, prevalgono i breakfast e morning bar (30%), seguiti da bar generalisti (24%), lunch bar (17%), bar serali (16%) e bar multifunzione (14%). Sul fronte occupazionale il bar italiano conferma il proprio fermento: i numeri Fipe sulla ricerca di personale nel 2017 parlano di 9.900 baristi. Il settore mostra sempre un andamento in "rosa", con la componente femminile in prevalenza rispetto a quella maschile (il 58% di lavoratrici dipendenti contro il 42% di lavoratori dipendenti). Il 79% dei dipendenti è di nazionalità italiana, mentre i dipendenti di nazionalità straniera si attestano sul 21%. 5,4 milioni di persone scelgono il bar per la cloazione, con una spesa media di 2,40 euro. A pranzo invece si parla di 1,3 milioni di persone, con una spesa media di 7,50 euro.

Borse

Prezzi in modesta ripresa a maggio

Le buone prospettive produttive limitano il potenziale rialzista dei mercati

Mercati del caffè in lieve ripresa a maggio, ma la variazione positiva ha un rilievo più statistico che reale. L'Ice Arabica ha toccato i suoi massimi il 1° maggio, che è regolare giornata di lavoro sia negli Stati Uniti che in Regno Unito. Il contratto principale della borsa newyorchese (luglio) concludeva infatti la prima seduta del mese a 124,80 c/l, con un guadagno di 200 punti sull'ultima seduta di aprile. Tale chiusura segnava il culmine di un mini-rally iniziato il 25/4, caratterizzato da quattro rialzi consecutivi. Segnali tecnici costruttivi davano coraggio agli speculatori, che cominciavano a guardare persino al traguardo dei 130 centesimi. E, in effetti, il 2/5 i prezzi prolungavano la loro ascesa, sino a un intraday di 125,95 c/l (massimo degli ultimi due mesi). A quel punto, l'ascesa si interrompeva e prevalevano i fattori ribassisti. A cominciare dalla forza del dollaro, che toccava i suoi massimi annuali nei confronti dell'euro e si rivalutava fortemente anche rispetto a peso colombiano e real brasiliano, quest'ultimo ai minimi da giugno 2016. L'ascesa del biglietto verde, riflesso del buon stato di salute dell'economia americana, incideva negativamente sulle quotazioni delle materie prime, compreso il caffè. Il contratto "C" perdeva 105 punti e ridiscendeva a 123,75 c/l, al termine di una giornata caratterizzata da volumi rilevanti (oltre 62.800 lotti). Nuovi acquisti speculativi riportavano in nero di 60 punti, il 3/5: chiusura a 124,35 c/l, a ridosso del massimo di giornata. Ma la settimana terminava al ribasso: il 4/5, luglio lasciava sul campo 175 punti chiudendo a 122,60, appena 20 punti sopra il venerdì precedente. Il mini-ciclo rialzista poteva a questo punto considerarsi concluso. Dal Brasile continuavano a giungere indicazioni ottimistiche sul nuovo raccolto, il cui sviluppo seguitava a essere favorito da un clima propizio. In Colombia, i dati mensili di Fedecafé rilevavano una parziale ripresa produttiva, non sufficiente però a invertire l'andamento negativo degli ultimi 12 mesi.

Il mutare del sentiment era chiaramente percepibile sin dal lunedì successivo. I segnali tecnici – a cominciare da quelli provenienti dal Cot (con una fortissima riduzione delle posizioni net short dei fondi) – inducevano ampie prese di beneficio. Il 7/5, il benchmark perdeva l'1,5% finendo a 120,75 c/l. L'8/5 si assisteva a un'iniziale risalita al massimo giornaliero di 121,60 c/l; poi, il rafforzarsi del dollaro (dopo il discorso del presidente americano Trump, che annunciava la rottura dell'accordo con l'Iran sul nucleare) metteva pressione sui prezzi spingendoli sotto la soglia dei 120 centesimi. La chiusura era a 119,60 c/l. La debolezza del real (svalutatosi del 9% dal 1° marzo) contribuiva a una nuova seduta con il segno meno, il 9/5. Questa volta venivano lasciati sul terreno 85 punti e luglio scivolava a 118,75 c/l. La discesa si arrestava il 10/5, complice la ripresa dei prezzi del petrolio, che si rifletteva positivamente su peso e real. Luglio oscillava entro un range modesto terminando al rialzo a 119,55 c/l (+80). L'epilogo settimanale era però nuovamente in negativo, seppur di poco, a 119,40 c/l (-15 punti). Il 9 e il 10 maggio, la nota località turistica brasiliana di Guarujá ospitava il XXII Seminario Internazionale del Caffè, che vedeva la presenza, tra i relatori, di importanti esponenti dell'industria e delle istituzioni, a cominciare dal segretario esecutivo dell'Ico José Sette. Sempre in Brasile, l'Istituto di Geografia e Statistica (Ibge) elevava del 4% la sua stima sul raccolto 2018/19 portandola a 55,3 milioni di sacchi, di cui 42,1 milioni di Arabica e 13,2 milioni di Robusta. Negli Stati Uniti continuava a far discutere la decisione di una corte californiana di imporre all'industria l'apposizione sul packaging di specifici avvertimenti sulla potenziale cancerogenicità dell'acrilamide sprigionata durante la fase di tostatura dei chicchi.

Il nuovo Cot evidenziava ulteriori ricoperture, superiori alle aspettative, inviando un ulteriore segnale be-

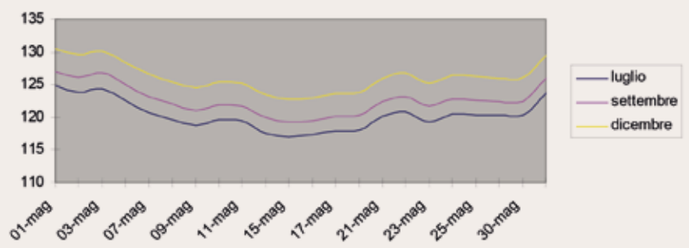
ICE ARABICA

Data	lug-18	set-18	dic-18
01-mag	124,80	127,00	130,45
02-mag	123,75	126,05	129,50
03-mag	124,35	126,70	130,10
04-mag	122,60	124,95	128,40
07-mag	120,75	123,15	126,60
08-mag	119,60	122,00	125,40
09-mag	118,75	121,10	124,55
10-mag	119,55	121,85	125,30
11-mag	119,40	121,70	125,20
14-mag	117,60	119,90	123,45
15-mag	116,95	119,25	122,80
16-mag	117,30	119,50	123,00
17-mag	117,90	120,10	123,65
18-mag	118,00	120,25	123,75
21-mag	120,20	122,45	125,95
22-mag	120,85	123,15	126,70
23-mag	119,35	121,65	125,20
24-mag	120,55	122,80	126,35
25-mag	120,40	122,65	126,20
29-mag	120,25	122,40	125,95
30-mag	120,30	122,50	126,05
31-mag	123,70	125,90	129,45

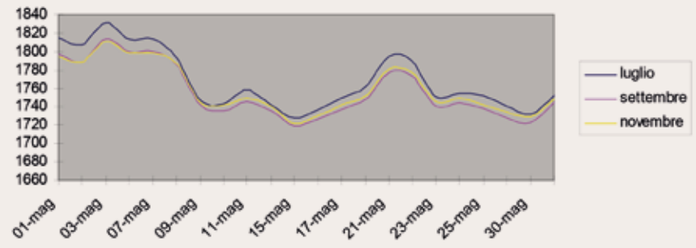
ICE ROBUSTA

Data	lug-18	set-18	nov-18
01-mag	1815	1797	1795
02-mag	1807	1789	1788
03-mag	1831	1813	1811
04-mag	1813	1800	1799
07-mag	1813	1800	1799
08-mag	1794	1786	1787
09-mag	1747	1742	1744
10-mag	1743	1736	1742
11-mag	1758	1745	1749
14-mag	1742	1735	1740
15-mag	1728	1719	1722
16-mag	1737	1727	1731
17-mag	1750	1737	1742
18-mag	1762	1748	1752
21-mag	1795	1777	1781
22-mag	1790	1773	1777
23-mag	1751	1741	1746
24-mag	1755	1744	1749
25-mag	1752	1738	1742
29-mag	1741	1728	1734
30-mag	1732	1723	1729
31-mag	1752	1744	1748

ICE ARABICA



ICE ROBUSTA



arish al mercato. Le perdurante debolezza del real ci metteva un'ulteriore pezza e il risultato era una nuova seduta al ribasso, il 14/5, che portava perdite nell'ordine dei 180 punti (chiusura a 117,60 c/l). Ancora una sessione in negativo, il 15/5. Il contratto principale, complice il consolidarsi del dollaro, arretrava ancora di 65 centesimi, al minimo mensile di 116,95 c/l. Un primo modesto rimbalzo rispediva i prezzi in territorio positivo il 16/5: luglio risaliva a 117,30 c/l (+35 punti). Il 17/5, Conab diffondeva la seconda stima ufficiale sul raccolto brasiliano 2018/19. Le nuove cifre confermavano una produzione record di 58 milioni di sacchi circa, in crescita del 29,1% sull'annata precedente. Livelli record per il raccolto di Arabica destinato a raggiungere i 44,33 milioni di sacchi. Volumi senza precedenti anche per la produzione di Robusta, con 13,71 milioni di sacchi. La diffusione delle nuove cifre non incideva sull'andamento della borsa newyorchese, che guadagnava ulteriori 60 punti, il 17/5, chiudendo a 117,90 c/l. Ancora guadagni, seppur lievi (+10 punti), il 18/5: la settimana terminava così a 118 c/l, in calo di 140 punti sul venerdì precedente. I dati della Green Coffee Association evidenziavano un incremento delle scorte nei porti americani, a fine aprile 2018, di 165.248 sacchi rispetto al precedente mese di marzo. Il dato risultava tuttavia inferiore di 157.790 sacchi nel confronto con aprile 2017. I report della rete informativa globale del Ministero dell'Agricoltura degli Stati Uniti stimavano le produzioni di Messico, Colombia e India rispettivamente in 4,5, 14,2 e 5,5 milioni di sacchi.

Un fronte freddo portava le prime gelate leggere nel Minas Gerais meridionale e nel Paraná. Pur non minacciando direttamente le colture, il fenomeno forniva qualche modesto input al mercato degli arabica, che tornava a salire di 220 punti, il 21/5, a 120,20 c/l. La risalita si prolungava all'indomani (22/5) con guadagni per altri 65 punti, che spingevano il benchmark a 120,85 c/l. Il venir meno dell'allarme meteo in Brasile sgonfiava la bolla e, il 23/5, luglio – diventato nel

frattempo front month – arretrava di 150 punti a 119,35 c/l. Nuovamente su il 24/5, con il benchmark in ripresa di 120 punti, a 120,55 c/l. Il 25/5, la scadenza principale tornava ad arretrare modestamente (-15 punti), a 120,40 c/l.

Sempre in Brasile, lo sciopero dei camionisti entrava nel vivo e iniziava a creare problemi seri alle comunicazioni e ai commerci. Il 28/5 ricorreva il Memorial Day, la festività con nel quale si commemorano, negli Usa, i soldati americani caduti di tutte le guerre. Alla ripresa, il 29/5, il mercato evidenziava segni di stanchezza e il range si restringeva ulteriormente: appena 115 punti sul contratto principale, che subiva perdite marginali (-15 punti) scendendo a 120,25. Il 30/5, i prezzi volavano in mattinata ai massimi delle ultime tre settimane. Alla fine, però, la chiusura era pressoché invariata sul giorno precedente, con guadagni minimi (+5 punti) per il benchmark. Sempre in Brasile, la vertenza degli autotrasportatori proseguiva aggravata dall'entrata in sciopero dei lavoratori del settore petrolifero. La situazione si faceva drammatica anche per l'approvvigionamento dei generi di prima necessità. Paralizzato intanto il porto di Santos, massimo scalo di imbarco per le esportazioni di caffè. Tali sviluppi lasciavano il segno sull'andamento della borsa newyorchese, che guadagnava 340 punti nell'ultima seduta del mese risalendo a 123,70 c/l.

L'Ice Robusta toccava i suoi massimi il 3/5, con la scadenza principale (luglio) a 1.831 d/t. A partire dall'8/5, la borsa londinese scendeva definitivamente sotto la soglia dei 1.800 dollari. L'andamento era prevalentemente ribassista sino ai minimi di metà mese, quando il benchmark toccava quota 1.728. Successivamente si registravano fasi alterne. Risalito a 1.795 d/t il 21/5, il contratto principale ridiscendeva a 1.732 d/t il 30 maggio, per risalire a 1.752 d/t, il 31/5, in parziale emulazione di New York.

La media mensile dell'indicatore composto Ico è stata a maggio di 113,34 c/l, in lieve ripresa su aprile (+0,7%). Gli indicatori di Colombiani Dolci, Altri Dolci e Brasiliani Naturali si sono rivalutati, nell'ordine, dello 0,7%, 0,9% e 0,7%. L'indicatore dei robusta dello 0,5%. Gli indicatori di New York e Londra (media della seconda e della terza posizione) rispettivamente dell'1,9% e dello 0,6%.

L'Ico stima la produzione mondiale in 159,663 milioni di sacchi (+1,2%). Il raccolto di Arabica è previsto in calo del 4,6% a 97,426 milioni di sacchi; quello di Robusta in ripresa del 12,1% a 62,237 milioni.

Diego Campos vince la quarta edizione di Barista & Farmer

È Diego Campos, talento colombiano di 28 anni, già campione nazionale del Colombia National Competition nel 2014 e nel 2016, il vincitore della quarta edizione di Barista & Farmer, l'unico talent show dedicato alla cultura del caffè, ideato da Francesco Sanapo, pluripremiato campione baristi, in collaborazione con Italian Exhibition Group e Sigep, svoltosi proprio in Colombia. "È stata la miglior esperienza della mia vita. Credo che la mia vittoria rappresenti un miglior futuro per il mio Paese e condizioni migliori per i contadini, ed è questo che voglio per le future generazioni. Caffè, ospitalità e belle persone: questa è la Colombia", ha detto Campos. I risultati finali della tante prove di questa quarta edizione di Barista & Farmer sono i seguenti: il team Six Monkeys, capitanato dal campione mondiale WBC 2011 Alejandro Mendez, si è aggiudicato la picking competition, la gara per la raccolta di ciliegie di caffè; il team Yukka Yukka, guidato dal coffee lover romagnolo Nino Conti, ha vinto la Urnex competition, che consisteva nell'abbinare ad ogni macchina di caffè il giusto prodotto di pulizia; la squadra vincitrice del talent è stata Yukka Yukka, composta dal combiano Diego Campos, dalla russa Vicktoriya Rovenskaya, dall'islandese Vala Stefansdottir, dal brasiliano Daniel Munari e dal croato Matija Matijasko. La prova di ballo Sanjuanero è stata vinta dalla coppia composta dall'australiano Glenn Bailey e dalla russa Vicktoria Roveskaya. La prova di raccolta è stata vinta dal colombiano Diego Campos, che è stato insignito di uno speciale premio consegnatogli da Michele Cannone, Head of Food Service Marketing di Lavazza. Francesco Sanapo, che ha guidato il gruppo in ogni passo, ha affermato: "Il bilancio è positivissimo perché penso che abbiamo aumentato il livello e la qualità in ogni singolo punto, dalla competizione all'organizzazione del talent. Per la prossima edizione del talent, abbiamo già ricevuto le candidature di svariati paesi, come Ecuador, Costa Rica, El Salvador, Santo Domingo e la Cina".

Segafredo Zanetti Espresso: in programma 80 nuove aperture In Indonesia

A poche ore dall'inaugurazione ufficiale di PT Bon Café Indonesia, Massimo Zanetti Beverage Group è lieto di annunciare che la consociata Segafredo Zanetti Espresso, ha raggiunto un accordo che porterà ad un importante contratto di Master Franchise nel paese con PT. Deli Boga Rasa, un nuovo partner con una grande esperienza nel settore F&B. La prima apertura sarà annunciata non appena le autorità indonesiane approveranno la registrazione del Franchise. La partnership porterà all'apertura di oltre 80 Segafredo Zanetti Café in tutta l'Indonesia nel corso dei prossimi anni. "Inutile dire quanto questo accordo sia essenziale per lo sviluppo del nostro Gruppo in Indonesia. Rappresenta un'altra pietra miliare per le basi di una vasta attività in un Paese che offre magnifiche opportunità per il nostro Gruppo. Siamo tutti entusiasti di questa nuova collaborazione e attendiamo con ansia l'apertura del primo café" commenta Pascal Héritier, Chief Operating Officer di Massimo Zanetti Beverage Group e responsabile dello sviluppo Asia-Pacific e Cafés. "Siamo onorati di avere ricevuto l'incarico da parte di Segafredo Zanetti Espresso, uno dei maggiori coffee brand nel mondo. Siamo sicuri che il concept avrà ottime potenzialità di sviluppo in Indonesia nel corso degli anni. Assieme al mio team, porteremo l'Italian lifestyle nel nostro paese", ha dichiarato Chandra Supandi, CEO di PT Deli Boga Rasa. Nel corso del 2017 Massimo Zanetti Beverage Group ha mantenuto i volumi di vendita del caffè tostato sostanzialmente in linea con lo scorso esercizio, pari a tonnellate 129,4 migliaia, -1,3% rispetto al 2016. Il canale Food Service ha registrato una performance positiva (+10,1%), in linea con la strategia del Gruppo che mira a migliorare il mix di prodotti e canali distributivi con una composizione a maggior profittabilità.

News & Attualità

Starbucks: Howard Schultz abbandona la presidenza

Il suo messaggio ai dipendenti: "Grazie a voi, ho realizzato un sogno"

Howard Schultz non sarà più presidente esecutivo di Starbucks dal 26 giugno, dopo 40 anni trascorsi nella società e dopo essersi dimesso nel 2017 da amministratore delegato passerà il testimone a Myron Ullman. Myron E. Ullman, ex presidente e CEO di J.C. Penney è stato nominato presidente, mentre Mellody Hobson, presidente e direttore della società di gestione degli investimenti di Chicago, Ariel Investments, sarà nominato vicepresidente. Sotto la sua guida, Starbucks è passata da 11 punti vendita a 28.000 in 77 paesi. La sua uscita torna ad alimentare le voci su una sua possibile discesa in politica: Schultz potrebbe essere uno dei nuovi volti e nuovi leader di cui i democratici sono alla ricerca disperata. Come noto il manager è un fiero oppositore della Casa Bianca. "Provo così tante emozioni. Orgoglio. Nostalgia. Il cuore pesante. Ma soprattutto un tremendo senso di gratitudine. Per anni ho avuto il sogno di costruire un certo tipo di azienda, un'azienda in grado di migliorare la vita delle persone. Grazie a voi, il mio sogno si è avverato… Il 26 giugno lascerò ufficialmente Starbucks". Dopo più di 30 anni alla guida del colosso americano delle caffetterie, Howard Schultz, 64 anni, presidente ed ex Ceo di Starbucks – il manager, che è partito dalle case popolari di Brooklyn ed è arrivato a gestire un impero – lascerà definitivamente l'azienda. Nel suo lungo messaggio di congedo, diffuso online, Schultz ripercorre il cammino fatto in questi anni e sottolinea i risultati raggiunti. "Mi sento ancora un ragazzino di Brooklyn cresciuto nelle case popolari. Sto vivendo il sogno americano. E ho ancora sogni per l'azienda e per voi. Chi avrebbe mai immaginato quanto lontano avremmo viaggiato insieme, passando dagli 11 negozi del 1987 a più di 28.000 in 77 paesi. Ma questi numeri non rappresentano la vera misura del nostro successo. Starbucks ha cambiato il modo in cui milioni di persone bevono il caffè, questo è vero, ma abbiamo anche cambiato la vita di molte persone". Schultz parla dei valori aziendali, dei benefit ai dipendenti, dai corsi al college alle visite mediche e delle politiche di responsabilità etica e sociale. Ma la lettera di Schultz è anche piena di insegnamenti, validi per manager e imprenditori. Ecco i passaggi più significativi: non perdere mai di vista quello che conta di più: partner e clienti. Durante le riunioni ho sempre immaginato due sedie vuote nella stanza, una per un partner, l'altra per un cliente. Quando ho dovuto prendere una decisione, mi sono sempre chiesto se la scelta avrebbe soddisfatto entrambi. Segui la mission, ma innovando. Non abbracciare mai lo status quo. Abbi la curiosità di guardarti attorno e il coraggio di reinventare. Il cambiamento è inevitabile. In mezzo al caos, cerca di ascoltare con empatia, rispondi con gentilezza e fai del tuo meglio per ottenere risultati attraverso la lente dell'umanità. Non essere uno spettatore. Al contrario, cerca di essere responsabile di ciò che vedi e ascolti. Nessuna persona o azienda è mai perfetta, quindi impara dagli errori e perdona te stesso e gli altri. E quando gli obiettivi saranno raggiunti, ricorda: il successo è più bello quando è condiviso. Il successo non è un diritto: deve essere guadagnato ogni giorno attraverso il duro lavoro e il lavoro di squadra. Se ti sforzi di essere la versione migliore di te stesso e di tirare fuori il meglio dagli altri, i tuoi sogni diventeranno realtà più e più volte, e la missione, i valori e i principi guida di Starbucks dureranno. Schultz ha ringraziato partner e manager, sottolineando l'importanza del lavoro di squadra: "Siete stati tutti miei insegnanti e mi avete aiutato a diventare una versione migliore di me stesso". Nel suo futuro Schultz lascia intravedere diverse possibilità. Dopo l'estate in famiglia, pubblicherà un libro sulla sua esperienza a Starbucks e sull'impatto sociale della compagnia. In seguito potrebbe dedicarsi alla beneficenza o al servizio pubblico. E in queste parole in molti hanno visto la volontà di entrare in politica, sfidando il presidente Trump. "Ma davvero non so cosa mi riserverà il futuro" ha precisato. Nella stessa letterà Schultz ha già fatto sapere che parteciperà all'apertura della Roastery di Milano, il prossimo autunno. In quella città dove «il corso della mia vita è cambiato anni fa». Nel 1983, infatti, durante un viaggio a Milano, Schultz era rimasto affascinato dall'efficienza dei baristi italiani capaci di servire un espresso in pochi secondi e dall'atmosfera di locali in cui la gente tornava più volte al giorno per bere caffè e concedersi una pausa. Rientrato negli Usa, aveva subito replicato la ricetta del cappuccino, riuscendo così a triplicare le vendite nel giro di un anno.

Espresso Therapy: la startup del caffè monorigine

Esplorare la ricchezza e la varietà di aromi che i caffè del mondo possono offrire, offrendoli in capsule compatibili. È questo l'obiettivo di Espresso Therapy, neonata startup artigianale di Alberobello che offre una selezione di caffè monorigine da diversi paesi del mondo in capsule compatibili Nespresso. Questa giovane startup propone una selezione di capsule che consente di fare "il giro del mondo in un caffè" a partire dalla propria tavola. In particolare, Espresso Therapy ha creato un pacchetto formato da 250 capsule monorigini che rappresentano alcuni tra i migliori Paesi produttori di caffè, e che permettono di gustare caffè della specie Arabica e robusta in modo selettivo. Le varietà monorigine delle capsule sono Cuba, India (qualità Kappi Royal), Perù (qualità Arabica Lavata), Camerun Uganda. Il caffè cubano ad esempio è caratterizzato da un gusto corposo e da un aroma intenso, che richiama il tabacco, il cacao, il caramello e la nocciola. Le capsule indiane regaleranno in alternativa un gusto corposo e amabile, con accenni di cioccolato al latte e cereali tostati. Il caffè peruviano, invece, sarà vellutato e corposo, con aroma davvero intenso e ricco, mentre il caffè proveniente dal Camerun ha un gusto singolare, che richiama il pane tostato. Infine, le capsule della qualità provenienti dall'Uganda saranno soprattutto caratterizzate dalla corposità e dal gusto di nocciole tostate. Capsule che vengono confezionate in un astuccio ecologico e sono autoprotette, per mantenere intatto l'aroma e le fragranze descritte. Luigi, coffee lover nonché coordinatore dell'attività, ha creduto nella sua voglia di proporre il caffè "single origin" sin dal 2009, quando è cominciato il suo percorso professionale, ed ora vuole coinvolgere i suoi clienti in una vera e propria esperienza degustativa dedicata ad una delle bevande più popolari in Italia e nel mondo. Una startup, quella di Espresso Therapy, che dimostra come anche al Sud tanti giovani abbiano ancora voglia di fare impresa, di puntare su concetti e su prodotti innovativi e di eccellenza. Una piccola azienda appena nata ma già in espansione, che punta alla costante ricerca della qualità, da proporre ad una clientela variegata e in cerca di qualcosa di diverso e, allo stesso tempo, di tradizionale. E da oggi chiunque desideri fare un viaggio nel mondo del caffè e scoprire gusti nuovi ed insoliti ha a disposizione la selezione unica dei caffè di Espresso Therapy.

A Venditalia i fondi di caffè si trasformano in pellet per stufe

La sostenibilità è un tema che si sta diffondendo sempre di più a tutti i livelli della nostra società. Le persone, nella loro veste di consumatori, sono sempre più sensibili alla sostenibilità e sempre più propense all'acquisto di prodotti e servizi che ne rispettino i valori. Il tema della sostenibilità nella distribuzione automatica tocca molti aspetti dell'attività delle imprese che operano in questo settore ed è diventato uno degli argomenti più trattati a Venditalia, la più importante vetrina internazionale sul settore del vending (di scena fino al 9 giugno a fieramilanocity) organizzata con cadenza biennale da Venditalia Servizi e promossa da Confida, Associazione Italiana Distribuzione Automatica. Si pensi alla gestione efficiente dell'energia e dei magazzini all'interno dell'azienda, alla sostenibilità nei trasporti, all'adozione di nuove tecnologie disponibili fino alla scelta dei prodotti alimentari e alla gestione dei rifiuti nell'ottica di un'economia sempre più circolare. "A Venditalia promuoviamo la cultura della sostenibilità con la consapevolezza di diffondere valore – dichiara Ernesto Piloni, presidente di Venditalia – In questa edizione della fiera sono molti gli espositori che propongono soluzioni green: dalla capsula del caffè completamente compostabile al bicchiere che utilizza solo il 60% di plastica, dai compattatori di rifiuti alle vending machine che risparmiano energia". "Le aziende del settore – gli fa eco il Presidente di Confida Massimo Trapletti – sono sempre più consapevoli del fatto che l'attenzione a una gestione sostenibile della distribuzione automatica porta notevoli benefici in termini di minor impatto ambientale non solo per l'azienda stessa ma anche per la comunità in cui essa opera. Per questo la nostra associazione ha dato vita ad un progetto chiamato 'Vending Sostenibile' che mira a diffondere le buone prassi di sostenibilità del vending". Questa consapevolezza delle imprese del settore riguardo alla necessità di riorganizzare il proprio lavoro in modo sostenibile, ha portato già da qualche anno molte aziende del vending a dar vita a progetti e iniziative. Durante il workshop organizzato da Confida dal titolo "La sostenibilità nel vending" sono stati presentati alcuni casi virtuosi di sostenibilità nel mondo della distribuzione automatica. A partire dalla società CDA, azienda del vending con una forte vocazione a tutela dell'ambiente. Tra le iniziative di maggior successo dell'azienda spicca il progetto Semaforo Verde, per la riduzione delle emissioni di anidride carbonica della flotta aziendale, grazie alla formazione degli autisti a una guida ecologica e all'impiego di automezzi a gas metano. Sul fronte del riciclo degli scarti di produzione CDA ha, invece, vinto il premio "Good Energy Award", con un progetto sui fondi di caffè, che prevede di trasformarli in pellet, come fonte di energia per le stufe pirolitiche. Flo SpA, tra i maggiori produttori europei di articoli monouso per il vending, si è impegnata nella realizzazione della prima capsula al mondo che garantisce compostabilità e barriera all'ossigeno unite ad una eccellente qualità del caffè erogato. È una capsula compostabile da gettare nell'umido che agevola lo smaltimento del caffè e restituisce al contempo un fertilizzante eccezionale all'agricoltura. La sostenibilità in alcuni casi strizza l'occhio al sociale. Ecco quindi che CONFIDA, in collaborazione con Fondazione Sodalitas e ANCI (Associazione Nazionale Comuni Italiani) ha dato vita al "Premio Vending Sostenibile", all'interno di Cresco Awards, dedicato ai Comuni che hanno saputo valorizzare le potenzialità offerte dalla distribuzione automatica per realizzare soluzioni capaci di migliorare la sostenibilità ambientale e la qualità della vita delle persone. Il Comune vincitore per il 2017 è stato Conegliano, dove la distribuzione automatica ha permesso di far nascere un innovativo progetto che coniuga impresa, solidarietà, sostenibilità e politiche attive del lavoro. Il servizio infatti è gestito dal personale della società di distributori automatici Service Vending affiancate da persone disoccupate o svantaggiate che, individuate dai servizi sociali del Comune, vengono appositamente formate e rimotivate al lavoro. Il servizio inoltre è offerto all'interno di una casa di riposo per anziani in cui, insieme al ristoro, si è creato un luogo di socialità.

Nespresso Shakerato o alla Salentina? trova la tua ispirazione!

Nespresso presenta due nuovi caffè in edizione limitata, da degustare freddi con ricette ispirate alla tradizione italiana e un accessorio innovativo per creare anche a casa ricette on ice con caffè e latte. Una serata su un rooftop in città a osservare il paesaggio al tramonto, un momento di relax a bordo piscina durante i pomeriggi soleggiati, un pranzo in terrazza al sapore d'estate o un picnic al parco, quale elemento non dovrebbe mancare mai in questi momenti? Certamente un caffè freddo deliziosamente rinfrescante! Per aiutarti a reinventare la tua estate, Nespresso propone due caffè in edizione limitata, appositamente pensati per essere bevuti con il ghiaccio: Ispirazione Salentina e Ispirazione Shakerato. Che tu sia in vacanza o rimanga a casa, goditi l'estate con le due nuove deliziose miscele che traggono ispirazione dalla cultura del caffè italiano con due ricette di caffè con ghiaccio. Ispirazione Salentina ha un gusto morbido e audace, al tempo stesso equilibrato; Ispirazione Shakerato ha un sapore energico, con spiccate note speziate e di cacao. Ispirazione Shakerato (25ml & 40ml) è un caffè deciso, intenso, da

degustare ghiacciato, liscio e corposo con aromi speziati e di cacao e una nota finale tostata. Dà il meglio di sé se preparato utilizzando il View Shaker del Mini Kit shaker con sciroppo di zucchero e ghiaccio usando la ricetta di Caffè Shakerato. Ispirazione Salentina (25ml & 40ml) è un caffè audace ed equilibrato dalla consistenza vellutata e avvolgente che rivela aromi di nocciola e note caratteristiche della varietà Robusta. È un caffè delicato, che dà il meglio di sé se preparato con sciroppo di latte di mandorla e cubetti di ghiaccio, utilizzando la ricetta del Caffè alla Salentina.

CHOCUP: CREA INFINITE TENTAZIONI!

Bicchieri con cioccolato fondente extra per utilizzo professionale e domestico.

Esalta la tua creatività con preparazioni calde (fino a 90°), neutre e fredde

CHOCUP
Mignon
15 ml
pasticceria mignon, fingercakes, distillati

CHOCUP
Mini
30 ml
espressino, distillati, fingercakes

CHOCUP
Medium
60 ml
specialità al caffè, espresso bar, liquori

CHOCUP
Maxi
120 ml
cappuccino, caffè americano, latte art, affogato

È UN PRODOTTO
Foodrinks

Via Talete, 4 - 47122 Forlì (FC) - IT - T +39 0543 090113 - F +39 0543 818729 - info@foodrinks.it - **foodrinks.it**