CoffeeTrend magazine

www.newscai.com

Espressamente per torrefattori
Expresamente para torrefactores

Luglio I Julio 2017

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 2017
POSTE ITALIANE S.p.A.

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

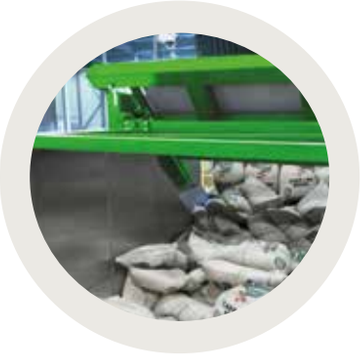
I.L.CAFFÈ GENERAL COFFEE PRIVATE LABELS DIVISION

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

IMA COFFEE PETRONCINI

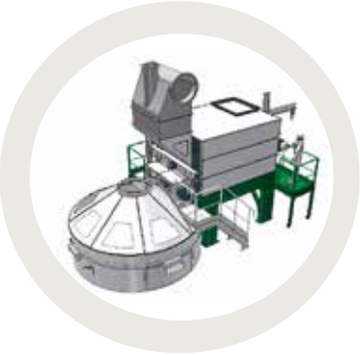
COFFEE PROCESSING TURNKEY SOLUTIONS

Since 1919, all the art and the Italian genius behind the best coffee processing plants



COFFEE INTAKE
STORAGING
HANDLING
SYSTEMS

The smartest solutions to save labour and add value to your coffee.



SPECIALTY
TRADITIONAL
MODULAR
ROASTERS

The best coffee performances with our roasting convection technologies.

GROUND COFFEE
SOLUTIONS

Preserving aroma and a uniform particle size from grinding up to packaging.

R&D CENTER

Any kind of test and trial to optimize your manufacturing process.

PETRONCINI IMPIANTI
VIA DEL FANTINO 2/A
44047 SANT'AGOSTINO
FERRARA ITALY
+39 0532 350076
info@petroncini.com

IMA COFFEE PETRONCINI

WWW.PETRONCINI.COM
WWW.IMA.IT

Sommario

Sumario

5 EDITORIALE
EDITORIAL

8 ATTUALITÀ
ACTUALIDAD

La modernizzazione del settore del caffè africano

Modernización del sector de café africano

28 ANALISI DI MERCATO
ANÁLISIS DE MERCADO

Cambiano le abitudini di consumo negli States

Los hábitos de consumo de café cambian en EE.UU.

36 FIERE ED EVENTI
FERIAS Y ACONTECIMIENTOS

Due eventi con un filo conduttore comune

Dos eventos unidos por un único hilo conductor

46 IN PRIMO PIANO
EN PRIMER PLANO

Ecos: il futuro del packaging a basso impatto ambientale

Ecos: el futuro del embalaje de bajo impacto medioambiental

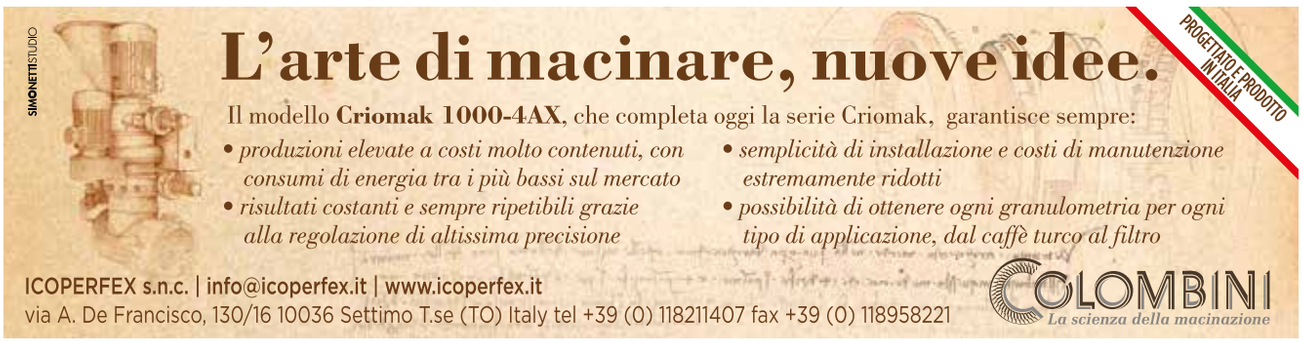
50 INDICE INSERZIONISTI
ÍNDICE DE ANUNCIANTES

Editoriale

L'industria del caffè del Vietnam crescerà fortemente nei prossimi anni. Mentre la popolazione continua ad espandersi ad un tasso di circa un milione di persone all'anno, cambiano i gusti e le abitudini della sua gente che diventano più sofisticati. Il governo del Vietnam già nel 2012 ha presentato delle linee guida per l'industria del caffè fino al 2030 cercando di proteggere l'interesse degli operatori del caffè locali e promuovendo l'acquisto diretto dagli agricoltori. Il piano mantiene l'area di coltivazione totale del paese a 500.000 ettari, con centri produttivi ad alto rendimento. Il caffè di alta qualità viene focalizzato in quattro province chiave: DakLak, Lam Dong, Dak Nong e Gia Lai. La maggior parte del caffè prodotto in Vietnam è destinata alle esportazioni. Solo il 10% del caffè prodotto viene consumato a livello nazionale. Con un attuale 90% di caffè verde esportato, l'industria del caffè sta ora cercando di aumentare l'output di caffè istantaneo e torrefatto con l'obbiettivo di accrescere al 25% il totale della produzione entro il 2022. Secondo le più recenti stime di crescita si prevede che la produzione e il consumo totale del caffè cresceranno in media dell'8% per anno entro il 2022. Una forte domanda di caffè a basso costo caratterizza le attuali esportazioni del paese, che hanno registrato un impennata soprattutto verso i mercati emergenti dell'Asia, specialmente nei grandi mercati della Cina e dell'India, dove alla tradizionale bevanda tradizionale, il tè, si sta sviluppando una crescente cultura della nera bevanda. Poiché la Robusta è la varietà ampiamente utilizzata, si prevede un aumento della quota di mercato dal livello attuale del 40% a oltre il 50% entro il 2022. Sebbene la produzione di caffè Robusta pesi per oltre il 95% sul totale annuale prodotto, il governo ha intrapreso specifiche iniziative per aumentare la quantità e la qualità legata alla produzione di Arabica con l'obiettivo di portare l'attuale 5% all' 8% il totale annuo prodotto entro il 2022.

Editorial

La industria del café en Vietnam crecerá fuertemente en los próximos años. A medida que la población sigue creciendo a un ritmo de alrededor de un millón de personas al año, el cambio de los gustos y costumbres de su gente para ser más sofisticado. El gobierno de Vietnam en 2012 ha presentado directrices para la industria del café hasta 2030 tratando de proteger los intereses de los operadores de los cafés locales y promover la compra directa a los agricultores. El plan mantiene la superficie total de cultivo de 500.000 hectáreas en el país, con la fabricación y de alto rendimiento. El café de alta calidad se centra en cuatro provincias clave: Daklak, Lam Dong, Dak Nong y Gia Lai. La mayor parte del café producido en Vietnam está destinado a la exportación. Sólo el 10% del café que se produce se consume a nivel nacional. Con una corriente de 90% del café verde exportado, la industria del café está ahora tratando de aumentar la producción de café instantáneo y asado con el objetivo de aumentar al 25% de la producción total en 2022. De acuerdo con las estimaciones más recientes de crecimiento se espera que la producción y el consumo total de café crecerán en promedio un 8% por año para el año 2022. La fuerte demanda de café barato caracteriza a las exportaciones actuales del país, que experimentó un aumento principalmente a mercados emergentes de Asia, especialmente en los principales mercados de China e India, donde la bebida tradicional de la zona se está desarrollando una creciente cultura del café. Teniendo en cuenta que lavariedad Robusta se usa ampliamente, se espera que aumente la cuota de mercado desde el nivel actual del 40% a más del 50% para el año 2022. Aunque la producción de Robusta pesos de café de más del 95% del producto anual total, el gobierno ha llevado a cabo iniciativas específicas para aumentar la cantidad y la calidad relacionada con la producción de Arábica con el objetivo de duplicar el 5% actual a '8% la producción total anual para el año 2022.



il tuo caffè
in formato compatibile

lavorazione conto terzi caffè - decaffeinato - infusi - cialde - capsule - bustine

cappellini

www.cappellinicaffe.it

La modernizzazione del settore del caffè africano

Modernización del sector de café africano

Pochi paesi esportatori in Africa hanno cooperative produttive ben strutturate con la necessaria capacità finanziaria e gestionale. Il caffè è la fonte primaria di reddito per circa 10 milioni di famiglie in tutto il mondo. Il 95% sono agricoltori di piccole dimensioni e quasi la metà di queste famiglie, circa 4,2 milioni per un totale di più di 20 milioni di individui, ancora vivono sotto la soglia di povertà. Nel continente africano la produzione di caffè è un motore economico per 25 paesi e il caffè è una commodity fondamentale per la strategia generale della trasformazione rurale nell'Africa subsahariana, in quanto circa il 60% della

Pocos países exportadores en África disponen de cooperativas de productores bien estructuradas con la capacidad económica y de dirección necesaria. El café es la fuente de ingresos principal para unos 10 millones de familias en el mundo, y el café tiene un estímulo aún más profundo en diferentes países, comunidades, familias e individuos. Entre estos 10 millones de familias, el 95% son pequeños agricultores y casi la mitad son familiares; unos 4,2 millones de familias y 20 millones de personas viven por debajo del umbral de la pobreza.
En África la producción de café es un impulsor económico para 25 países

popolazione africana è rurale. L'Africa è la regione con il maggior numero di paesi produttori di caffè: ben 25 rispetto ad 11 in Asia e Oceania, 12 in Messico e America Centrale e 8 in Sud America. In Africa, il caffè è una delle materie prime più importanti, generando un reddito sostanziale per le comunità rurali, contribuendo alla lotta contro la povertà estrema e contribuendo a favorire la prosperità.

Molti paesi dipendono dal caffè come principale fonte di reddito per la loro popolazione rurale e un'importante fonte di reddito delle esportazioni. Il caffè è un contributo fondamentale per la valuta estera oltre a rappresentare una quota significativa del reddito fiscale e del prodotto interno lordo per un certo numero di paesi in Africa. Alcuni dei 25 paesi produttori di caffè in Africa sono stati tra i 10 paesi più poveri del mondo nel periodo 2013 e 2014. Inoltre, oltre il 53% della popolazione rurale dei 25 paesi africani che producono i caffè sono coinvolti nella coltivazione del caffè.

Nonostante il modesto contributo dei paesi africani al mercato di produzione globale del caffè, questa materia prima costituisce una considerevole quota del

africanos y es crucial para la estrategia global de transformación rural en el África Subsahariana. Esto es de vital importancia, ya que el 60% de la población africana es rural. África es la región con el mayor número de países productores de café: 25 comparados con 11 en Asia y Oceanía, 12 en México y América Central y 8 en Sudamérica.

En África, el café es una de las materias primas industriales más importantes, ya que genera ingresos significativos para las comunidades rurales, contribuyendo a la lucha contra la pobreza extrema y ayudando a fomentar la prosperidad.

Algunos de estos países dependen del café principalmente como fuente de ingresos para su población rural y fuente de ingresos de exportación considerable. El café es un impulsor vital para el cambio de divisas y constituye una porción importante de los ingresos tributarios y el Producto Interior Bruto para diferentes países africanos. Unos 8 de los 25 países productores de café en África estaban entre los 10 países más pobres del mundo en el año 2013 y 2014. Asimismo, más del 53% de la población rural de los 25 países africanos productores de café cultivan café.

Dal 1922

Il caffè, il nostro mondo.

Caffè verde | Impianti IMF per torrefazioni
Tostini IMF da laboratorio | Imballaggi flessibili
Tazze da tè e caffè | Consulenza e formazione
Macchine confezionatrici

Alessandro Garbin Sas – Via I° Maggio 34, 40011 – Anzola dell'Emilia (BO)
Tel: (+39) 051 734967 - Fax: (+39) 051 6504587 - info@garbincoffeetrade.it

www.garbincoffeetrade.it

prodotto interno lordo e delle esportazioni in alcune delle economie del continente. Tuttavia, la produzione di caffè ha mostrato una crescita negativa negli ultimi tre decenni passando da una media annua di 19,8 milioni di sacchi da 60kg negli anni ‘80 a meno di 15 milioni di sacchi in tempi recenti, con una riduzione del suo contributo alla produzione mondiale complessiva dal 27% al 12%.
Nonostante la crescita negativa generale, sono stati registrati alcuni andamenti produttivi in controtendenza, in particolare in Etiopia, che ha registrato un tasso di crescita annuale medio del 2,7% negli ultimi 45 anni, passando al 5,5% a opartire dagli anni ‘90. La tendenza di produzione del paese è generalmente positivo nonostatnte alcune interruzioni negative, raggiungendo 6,6 milioni di sacchi nel 2013/14.

A pesar de la pequeña contribución de los países africanos al mercado del café global, esta materia prima constituye una gran parte del PIB y las exportaciones en algunas de las economías del continente. Sin embargo, la producción de café ha mostrado un crecimiento negativo en las últimas tres décadas, de una media anual de 19,8 millones de bolsas de 60 kg en los años 80 a menos de 15 millones de bolsas actualmente, representando una reducción de su contribución a la producción mundial total de un 27% a un 12%.
A pesar del crecimiento negativo global, hay algunas partes positivas, particularmente en Etiopía, que ha registrado una tasa de crecimiento anual media de 2,7% en los últimos 43 años, aumentando al 5,5% desde 1990. La tendencia de producción del país es generalmente

COMPANY WITH ENVIRONMENTAL SYSTEM CERTIFIED BY DNV GL = ISO 14001 =

COMPANY WITH QUALITY SYSTEM CERTIFIED BY DNV GL = ISO 9001 =

since 1962
demus®
art of decaffeination

via Caboto, 31 • 34147 Trieste • Italy
info@demus.it • www.demus.it

L'Etiopia rappresenta una realtà unica nel suo genere, caratterizzata da una forte cultura del consumo di caffè, che spesso incide per oltre la metà della produzione nazionale. In misura minore, l'Uganda ha registrato una crescita sostenuta della produzione, con una variazione media annua tra i 2,7 e 2,9 milioni di sacchi a partire dal 1970. Il suo livello di produzione è stato superiore a 3 milioni di sacchi per due anni di raccolta consecutici, 2012/13 e 2013/14.
Al fine di spianare la strada verso la rivitalizzazione è necessario comprendere e superare le sfide del settore del caffè. Il gruppo African Development Bank ha una lunga storia di cooperazione per promuovere e favorire catene di valore agricole comprese quelle riguardanti il caffè. Il sub-settore del caffè in Africa è caratterizzato da una serie di vincoli in-

positiva a pesar de algunas interrupciones negativas y en el 2013/14 se llegó a los 6,6 millones de bolsas.
Etiopía es también un país único en África en cuanto a su gran cultura nacional de consumo de café, que a menudo incluye más de la mitad de la población. En un grado menor, Uganda también ha registrado un crecimiento sostenido en su producción, con una fluctuación anual media entre 2,7 y 2,9 millones de bolsas desde 1970. Su nivel de producción está por encima de los 3 millones de bolsas en los años de cosecha del 2012/13 y 2013/14.
Para poder trazar el camino hacia la revitalización hay que entender y superar los retos que se presentan en el sector del café. El Grupo del Banco Africano de Desarrollo tiene una larga historia de cooperación para fomentar cadenas de

Everything You Always Wanted to Know About Coffee

demuslab
Analysis, consulting, courses and R&D on coffee

Area Science park - ed.E3
Padriciano 99 - 34012 Trieste
tel. +39 0403755466
fax +39 0403755467
info@demuslab.it
www.demuslab.it

...we can tell you

Our experienced technicians and researchers, working in our up-to-the-minute physical and chemical analysis laboratory, can provide a quality reference point for the world of coffee. Demus Lab's knowhow doesn't only give you the means to perfect your roasting, grinding and packing. In fact, Demus Lab can help you improve all the stages of your production cycle, and our research into the most fragrant and aromatic new blends can boost the quality of your product, too. Thanks to our wide network of coffee experts, we can offer complete training, from selecting the best green coffee and achieving the ideal coffee tastes, to custom-designed courses on espresso tailored to specific client needs.
In short, Demus Lab has the best answers to all your questions about coffee.

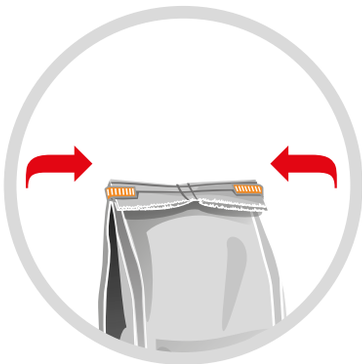
AZIENDA CON SISTEMA DI GESTIONE QUALITÀ CERTIFICATO DA DNV
= ISO 9001 =
ilac-MRA ACCREDIA
LAB N° 0887

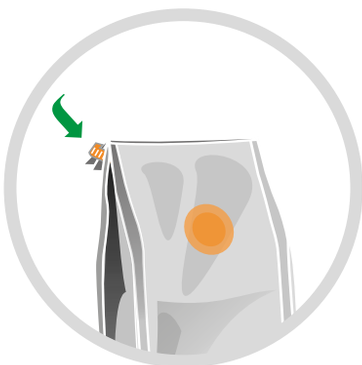
terconnessi lungo la catena del valore, in particolare quelli relativi alla produzione e alla produttività a livello aziendale, all'aggiunta di valore e alla produzione di valore aggiunto.
Altri fattori che influenzano le performance del settore del caffè in Africa includono risorse finanziarie limitate per la ricerca sul caffè, la mancanza o carenza di servizi di estensione per i piccoli agricoltori, la scarsa capacità organizzativa degli agricoltori di piccole dimensioni, la posizione debole di commercializzazione dei piccoli agricoltori, la vulnerabilità degli agricoltori ai bassi prezzi del mercato e il basso reddito, l'invecchiamento della popolazione agricola, il limitato coinvolgimento delle nuove generazioni nell'agricoltura, l'accesso limitato ai finanziamenti a condizioni sostenibili anche per i piccoli produttori, le scarse infrastrutture rurali e l'adattamento e la mitigazione dei cambiamenti climatici.
I coltivatori di caffè non possono controllare facilmente il prezzo del caffè verde, molti coltivatori di caffè cercano di aumentare la produzione e risalire la catena del valore per sopravvivere. Global-

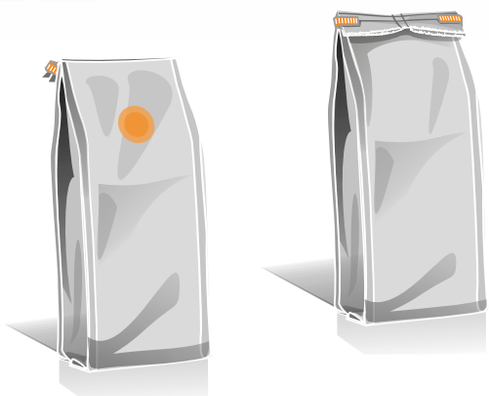
valor agrícolas prósperas y sólidas, incluyendo el café.
El subsector del café en África se encuentra con muchas dificultades interrelacionadas a lo largo de la cadena de valor, especialmente las relativas a la producción y productividad a nivel de cultivo, agregación de valor y comercialización de productos agrícolas. Otros factores que afectan el rendimiento del sector del café en África incluyen los escasos recursos económicos para la investigación del café, la falta o escasez de servicios de extensión para pequeños agricultores, la débil capacidad organizativa de los pequeños agricultores, posición de comercialización baja de los pequeños agricultores, vulnerabilidad de los agricultores a los precios bajos e ingresos bajos, envejecimiento de la población agrícola, contribución escasa de la juventud en el cultivo del café, acceso limitado a financiación asequible, infraestructura rural deficiente y baja adaptación y mitigación a los cambios climáticos, desigualdad de género persistente en toda la cadena de valor.

MACHINERY FOR CAPSULES, PODS, VACUUM BAGS AND CORNER SEAL BAGS

PACKAGING MACHINES FOR VALVE BAGS WITH TIN-TIE







OPEM
solutions to package your quality

OPEM S.p.A. - Via Della Cooperazione 2/A - 43122 Parma (Area Ind.le Spip) Italy
Phone +39 0521 60 75 01 Fax +39 0521 60 75 09 email info@opem.it www.opem.com

mente la dimensione del rendimento è di circa 1 tonnellata per ettaro, ma varia sensibilmente nelle diverse aree di produzione, passando dalle 2,5 tonnellate per ettaro in Vietnam, alle 1,4 tonnellate per ettaro in Brasile, a solo mezza tonnellata per ettaro in Etiopia, in Uganda e in Costa d'Avorio. Gran parte di questa disparità derivano dalle differenze nelle pratiche di coltivazione: meno del 10% degli agricoltori di piccole dimensioni in Africa utilizza la protezione delle colture o i fertilizzanti e la maggior parte tendono a non utilizzare efficacemente tecniche agronomiche basilari, come la potatura e il reimpianto. Le buone pratiche agricole così come la difesa dei chicchi di caffè dalle malattie e dai parassiti non sono gli unici fattori che influenzano la produttività e la produzione di caffè in Africa. Altri fattori, come il cambiamento climatico, stanno diventando sempre più significativi. Il cambiamento climatico è particolarmente minaccioso per il caffè coltivato a quote più basse che sono già sulla soglia limite per l'idonea coltivazione degli arbusti. Agire collet-

Los cultivadores de café no pueden controlar fácilmente el precio del café verde, muchos agricultores del café intentan aumentar la producción y subir por la cadena de valor para poder subsistir. Globalmente, el tamaño medio de producción es de 1 tonelada por hectárea, pero varía en todo el mundo de 2,5 toneladas por hectárea en Vietnam a 1,4 toneladas por hectárea en Brasil, hasta solo media tonelada por hectárea en Etiopía, Uganda y Costa de Marfil.
Estas variaciones de producción están causadas por diferentes prácticas agrícolas: menos del 10% de los pequeños agricultores en África utilizan protección de cosechas o fertilizantes y la mayoría no utiliza eficazmente técnicas agrarias básicas como la poda y reforestación. Las buenas prácticas agrícolas o los servicios de extensión y agrarios, así como el control de enfermedades y plagas del café no son los únicos factores que afectan la productividad/rendimiento y la producción en África. Otros factores, como el cambio climático, cada vez son más importantes. El cambio climático es especialmente peligroso para el café que se cultiva en altitudes

tivamente per mitigare l'impatto di una crisi globale è la via giusta.
La posizione di mercato debole dei piccoli agricoltori è uno dei fattori che ostacola il settore caffè sostenibile in Africa. L'organizzazione degli agricoltori in gruppi strutturati facilita l'accesso ai mercati e riduce i costi di transazione. Si riduce anche il costo di ingresso attraverso l'acquisto di gruppo a prezzi contrattati. Tuttavia pochissimi paesi esportatori in Africa hanno cooperative produttive ben strutturate con la necessaria capacità finanziaria e gestionale. Mentre alcuni paesi che hanno una grande esperienza nel movimento cooperativo rurale, la maggior parte delle cooperative o delle società primarie sono deboli e necessitano di un rafforzamento.
Un piccolo numero di associazioni di

más bajas, que ya está en el límite de los climas ideales para el café. Actuar de manera colectiva para mitigar el impacto de la crisis global es el paso que hay que dar.
La posición de comercialización débil de los pequeños agricultores es uno de los factores que obstruye el sector del café sostenible en África. Organizar a los agricultores en grupos estructurados facilita el acceso a los mercados y reduce los costes de transacción. También reduce el coste de entrada a través de compras en grupo a precios reducidos. Pero a pesar de esto, pocos países exportadores en África disponen de cooperativas de productores bien estructuradas con la capacidad económica y de dirección necesaria. Mientras que unos cuentos países tienen mucha experiencia en el movimiento de coope-

agricoltori hanno stabilito legami di mercato attraverso programmi di sviluppo supportati da donatori e organizzazioni non governative ONG. Sebbene siano stati compiuti notevoli progressi, l'accesso al mercato da parte delle associazioni agricole resta generalmente debole in quasi tutti i paesi produttori africani. Nota positiva è che dopo la liberalizzazione iniziata nei primi anni '90, l'intervento del governo è stato limitato alla regolamentazione del settore, mentre la funzione di promozione viene eseguita in modo autonomo dal settore privato.

Paesi come la Costa d'Avorio continuano ad esercitare un limitato controllo sul mercato mediante l'imposizione di prezzi minimi garantiti per i coltivatori e l'approvazione dei prezzi all'esportazione ottenuti dagli esportatori. In alcuni paesi i prezzi sono dettati dal mercato internazionale e trasmessi in loco tramite un sistema di aste o tramite vendite dirette. In Uganda e Ruanda, il settore privato opera liberamente sia nella commercializzazione interna che esterna di caffè, mentre un livello di controllo esiste all'interno del sistema di aste in Etiopia, Kenya e Tanzania. In alcuni paesi, gli agricoltori di piccole dimensioni sono organizzati in cooperative per commer-

rativas rurales, la mayoría de las cooperativas o sociedades principales son débiles y necesitan refuerzo.

Hay un pequeño número de asociaciones agrícolas que han establecido relaciones de mercado a través de programas de desarrollo apoyados por donantes y organizaciones no gubernamentales ONGs. Aunque se ha logrado cierto progreso, el acceso al mercado por parte de las asociaciones agrícolas sigue siendo generalmente siendo débil en casi todos los países africanos productores. Un aspecto de alguna manera positivo es que, desde que empezó la liberalización a principios de los 90, la intervención del gobierno ha sido limitada a la regulación del sector, mientras que la función de comercialización la realiza el sector privado. Sin embargo, países como Costa de Marfil siguen ejerciendo un control limitado de la comercialización a través de la imposición de precios mínimos garantizados para los cultivadores y la aprobación de precios de exportación que deben obtener los exportadores.

En algunos países, los precios están dictados por el mercado internacional y transmitidos localmente a través de un sistema de subasta o mediante ventas directas. En Uganda y Ruanda, el sector privado opera libremente tanto en la comercialización interna como externa del café, mientras que existe cierto nivel de control en los sistemas de subasta de Etiopía, Kenia y Tanzania. En algunos países, los pequeños agricultores están organizados en cooperativas para comercializar su café mejor, pero su capacidad es limitada debido a la baja inversión de capital y los bajos recursos económicos. Se ha observado también una situación similar en países que tienen una tradición más solidificada de movimiento cooperativo como Kenia y Tanzania.

El cultivo del café se considera generalmente un negocio familiar y los hombres y las mujeres trabajan juntos para cultivar, mantener, cosechar y procesar

TAIWAN INT'L COFFEE SHOW

The Most Iconic Coffee Show in Asia. World Coffee Masters Gathering.

17 (FRI.)-20 (MON.), NOV., 2017

TAIPEI NANGANG EXHIBITION HALL

With limitless cooperating opportunities.

- 700+exhibitors 1600+booths.
- 180,000+visitors from 50+countries.

Witness the Intensity of 3 World Championship.

- Taiwan Barista Championship
- Taiwan Latte Art Championship
- Taiwan Coffee in Good Spirits Championship

Gather WCE coffee masters of Taiwan.

- Berg Wu (2016 World Barista Champion)
- Chad Wang (2016 World Brewers Cup the 3rd place)
- Pang-Yu Liu (2016 World Cup Tasters Champion)
- Yu-Chuan Jacky (2016 World Coffee Roasting Champion)

World-renowned Masters with Major Skills Only at **Taiwan Int'l Coffee Show 2017.**

Official Website

Organizer

Taiwan Coffee Association

Chan Chao Int'l Co. Ltd

cializzare meglio il loro caffè, ma la loro capacità è limitata a causa di un basso investimento di capitale in infrastrutture e risorse finanziarie. Una situazione simile è stata osservata anche nei paesi che hanno una tradizione più solida di movimento cooperativo come il Kenya e la Tanzania.

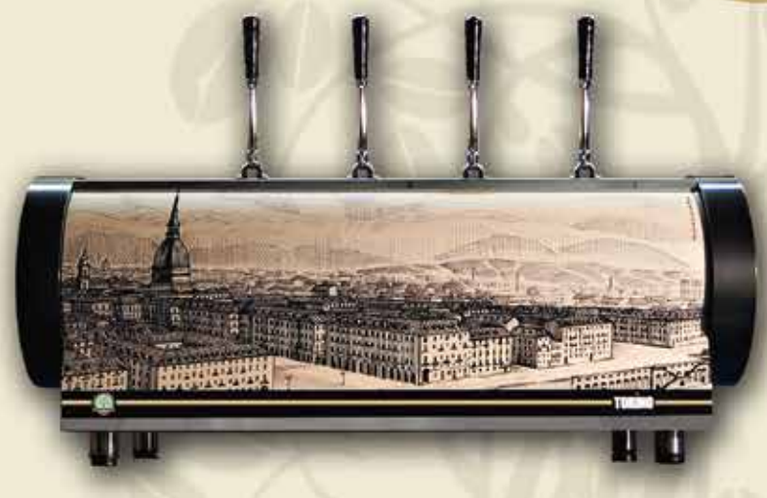
La coltivazione del caffè è generalmente vista come un'attività familiare con uomini e donne che lavorano insieme per coltivare, raccogliere e lavorare il caffè in tutto il continente. Tuttavia, esistono delle evidenti disparità di genere. Le donne fanno la maggior parte del lavoro produttivo all'interno della catena del valore del caffè. Ad esempio, in Etiopia 2,5 milioni di donne lavorano nella produzione su piccola scala: circa circa 300.000 possiedono le proprie aziende agricole mentre i restanti 2.2 milioni lavorano come braccianti soprattutto nelle piantagioni di famiglia, dove non hanno alcun controllo dei ricavi generati. Le donne possiedono il 24% delle imprese legate caffè in Etiopia, ma ricevono solo il 13% dei ricavi. Le donne partecipano alla catena del valore del caffè, ma questo non si traduce in reddito equo. In Etiopia, le donne rappresentano il 75% del lavoro, ma guadagnano solo il 43% del reddito derivante dalla vendita del caffè. In Etiopia, Uganda e Costa d'Avorio, quando il caffè viene portato dalle farm agli impianti di trasformazione per il lavaggio o l'asciugatura, le donne hanno un ruolo attivo nei processi di lavorazione, ma non sulla gestione o sulla proprietà degli impianti stessi. Uno studio rcente che ha preso in esame i processi di lavorazione del caffè in Uganda ha evidenziato come il lavoro femminile superi di gran lunga quello maschile, in rapporto 4 a 1, ma gli uomini superano le donne 5 a 2 in posizioni dirigenziali e di proprietà. Queste sfide sembrano insormontabili, ma non lo sono. Lavorare in collaborazione in diverse regioni, settori e le istituzioni può migliorare notevolmente le prestazioni del caffè in Africa e generare una crescita inclusiva.

el café por todo el continente. Sin embargo, siguen existiendo diferencias de género principales. Las mujeres hace la mayoría del trabajo productivo dentro de la cadena de valor del café. Por ejemplo, en Etiopía 2,5 millones de mujeres trabajan en la producción a pequeña escala: unas 300,000 son propietarias de sus cultivos, mientras que el resto de los 2,2 millones trabajan como jornaleras, principalmente en plantaciones familiares, donde no tienen control de los ingresos generados. Las mujeres son propietarias del 24% de los negocios relacionados con el café en Etiopía, pero solo reciben un 13% de los ingresos. Las mujeres participan en la cadena de valor del café, pero esto no se traduce en ingresos equitativos para las mujeres.

En Etiopía las mujeres constituyen el 75% de la mano de obra del café, pero solo reciben el 43% de los ingresos del café. En Etiopía, Uganda y Costa de Marfil, cuando el café se lleva de los cultivos a las instalaciones de procesamiento para ser lavado o secado, las

Sweet Coffee Italia®
Italian artisan coffee

www.gaiades.com



disponibile
2 Gruppi - 3 Gruppi
e 4 Gruppi

TORINO

La macchina del caffè a leva
Espresso coffee machine Lever

available
2-Groups - 3 Groups
4 Groups

Roaster Coffee Machine

2KG Ciclo!

Gemma

La signora del Caffè

2KG Batch!

Tostatrice automatica
10 differenti programmi personalizzabili

Automatic roaster
10 different customizzable programs

Sweet Coffee Italia S.r.l.

Stabilimento/Factory
Via San Paolo, 60 - 10095 - Grugliasco (TO) - Italy
info@sweetcoffeeitalia.com - Tel. +39 01119823601
www.sweetcoffeitalia.com

Sede legale / Head office
Piazza Carlo Felice, 18 - 10121 - Torino - Italy
P.Iva 07637980017 - Skype: sweetcoffeeitalia

Quali misure potrebbero contribuire a migliorare i rendimenti sulla produzione del caffè in Africa? C'è bisogno di uno sforzo concertato per spostare il caffè da un settore di sussistenza a un settore imprenditoriale. Una strategia di sviluppo rurale di ampio respiro che prevede lo sviluppo di micro operazioni agroindustriali potrebbe essere la chiave per riorganizzare il settore.

Al fine di sviluppare un programma di assunzione di valore aggiunto per l'Africa, i responsabili politici dovrebbero sviluppare una comprensione a livello nazionale e regionale attorno a un'economia di produzione integrata verticalmente e individuare le sfide chiave che esistono sia in termini di trasformazione del caffè sia nel guidare la domanda locale. La priorità è ora di sostenere gli agricoltori per ottenere una maggiore produttività del caffè e una migliore qualità, anche attraverso migliori pratiche di gestione delle aziende agricole e l'accesso al credito.

Data la crescente domanda di rintracciabilità degli elementi alimentari della catena del valore, gli agricoltori hanno

mujeres tienen un papel muy activo en la mano de obra, pero no en la dirección y propiedad. Un estudio del procesamiento del café en Uganda demuestra que las mujeres superan al número de hombre 4:1 como jornaleros casuales, pero que los hombres superan a los mujeres 5:2 en posiciones formales y propiedad. Estos retos parecen insuperables, pero no lo son. Un trabajo colaborativo en diversas regiones, sectores e instituciones puede mejorar mucho el rendimiento del café en África y generar crecimiento inclusivo.

¿Qué medidas podrían ayudar a promover el rendimiento del café en África? Existe la necesidad de un esfuerzo concertado para mover el café del sector de subsistencia a un sector empresarial. Una estrategia generalizada de desarrollo rural que incluya el desarrollo de operaciones agroindustriales micro o pequeñas podría ser la clave para renovar este subsector. Para desarrollar un programa de agregación de valor robusto para el café en África, los formuladores de políticas deben desarrollar un entendimiento a nivel nacional

SIMONETTISTUDIO

GIANT INSIDE

COMPACT. POWERFUL. ITALIAN.

Designed for small roasting facilities, labs, coffee shops, gourmet food stores, etc., Angel offers all the characteristics of industrial Colombini grinders in a compact unit. It has tungsten carbide grinding discs (Vickers 1300 hardness) that can produce over 70 tons without having to be replaced. Extreme precision, continuous micrometric setting, reliability and solidity. Angel can produce up to 90 kg/h of ground coffee, including in continuous cycle for small batches. A miracle?
No, Colombini's Angel.

angel
by Colombini

COLOMBINI
La scienza della macinazione

ICOPERFEX s.n.c. | info@icoperfex.it | www.icoperfex.it
via A. De Francisco, 130/16 10036 Settimo T.se (TO) Italy
tel +39 (0) 118211407 fax +39 (0) 118958221

bisogno di aiuto per stabilire sistemi di certificazione sostenibili che garantiscano il conseguimento di ottimi vantaggi derivanti dal valore aggiunto attraverso programmi di certificazione.
Qualcosa deve essere fatto per promuovere strategiche collaborazioni nel settore pubblico-privato del caffè, tra gli acquirenti internazionali, gli esportatori, i produttori e le istituzioni di supporto che possano generare reddito e posti di lavoro nelle comunità di coltivazione del caffè attraverso un mercato stabile per il caffè e per sviluppare l'imprenditorialità a livello contadino.
Altre misure che possono essere adottate in questo senso: sostenere le infrastrutture sociali delle comunità agricole dove si coltiva il caffè. Gli sforzi per ottenere gli agricoltori organizzati rafforzeranno l'efficacia degli interventi che richiedono l'apprendimento collet-

y regional de economía y producción integrada verticalmente e identificar los retos que existen para el procesamiento del café e impulsar la demanda local.
La prioridad ahora es apoyar a los agricultores para que aumenten la productividad del café y mejoren la calidad, incluyendo mejores prácticas de dirección y acceso a entradas mejores.
Debido a la mayor demanda de trazabilidad de productos alimenticios en la cadena de valor, los agricultores necesitan establecer sistemas de certificación sostenibles que garantizarán la obtención de beneficios óptimos del valor añadido a través de programas de certificación.
Hay que hacer algo para fomentar colaboraciones útiles y sólidas privadas-públicas en el sector del café entre compradores internacionales, exportadores, productores, el sector público

ALL PACK

ideal partner for flexible packaging

- **IMBALLAGGI FLESSIBILI PER LA TORREFAZIONE IN BOBINA E IN BUSTA PERFORMATA CON O SENZA VALVOLA**
- **STAMPA FLEXO E ROTO**
- **PRODUZIONE ANCHE DI PICCOLE QUANTITÀ**

All Pack srl - Viale del Commercio 14/A - 37135 Verona (Vr) Tel./Fax 045-8266539 - info@allpacksrl.it - www.allpacksrl.it

Il segreto del caffè di successo

Group ASACHIMICI
Friendly Chemical
Since 1950

ASACHIMICI *Group*
26039 Vescovato (Cr) Italy
www.pulycaff.com

infoline +39.0372.830494
faxline +39.0372.830029
e-mail: info@asachimici.com

Specialty Coffee Association
MEMBER 2017

tivo e un'applicazione diffusa. È inoltre fondamentale rafforzare la governance, la trasparenza e la responsabilità delle organizzazioni dei contadini; sostenere l'infrastruttura sociale delle comunità agricole in cui cresce il caffè; sostenere gli agricoltori con approcci adeguati per l'utilizzo dei materiali di scarto, per rivitalizzare sostanze nutritive del suolo e per il sequestro del carbonio da parte delle piante di caffè e alberi da ombra. Incoraggiare a mantenere gli alberi nei loro sistemi agricoli dovrebbe contribuire a combattere il cambiamento climatico. È necessario sostenere l'integrazione della dimensione di genere e sviluppare programmi specifici destinati alle donne lungo tutta la catena del valore. Guardando alle generazioni future c'è bisogno di rendere l'agricoltura e la produzione di caffè un'attraente proposta d'impresa. Se il caffè non è commercialmente vitale, esiste il rischio di perdere gli agricoltori in altri settori. L'African Development Bank Group è un partner impegnato per aiutare il settore del caffè a raggiungere il suo potenziale generando una crescita equa. La Banca sostiene lo sviluppo del caffè in Africa da più di 30

y las instituciones de apoyo que, entre otras cosas, generan ingresos y puestos de trabajo en las comunidades del cultivo del café a través de un mercado estable para su café, así como desarrollar la capacidad empresarial a nivel del agricultor.

Otras medidas que se pueden adoptar en este sentido son: apoyar la infraestructura social de las comunidades agrícolas donde se cultiva el café. Los esfuerzos por organizar a los agricultores mejorarán la eficacia de las intervenciones que requieren aprendizaje colectivo e implementación generalizada.

También es vital reforzar la gestión, transparencia y responsabilidad de las organizaciones de agricultores; apoyar a los agricultores con los enfoques adecuados para la utilización de materiales de desecho, la revitalización de los nutrientes del suelo y la retención de carbono a través de las plantas del café y árboles de sombra. Así, al animar a tener árboles en sus sistemas agrícolas, se puede ayudar a combatir el cambio climático; capacitar a las mujeres que trabajan en el cultivo del café. Los beneficios de capacitar a las mujeres para la productividad, calidad y otras áreas están claros.

Existe la necesidad de apoyar la integración del género y programas diseñados específicamente para aconsejar a las mujeres a lo largo de la cadena de valor; mirando hacia las generaciones futuras se necesita hacer que el cultivo y la producción del café sea una proposición de negocios atractiva. Si el café no es viable a nivel comercial, existe el riesgo de que los agricultores vayan a otros sectores.

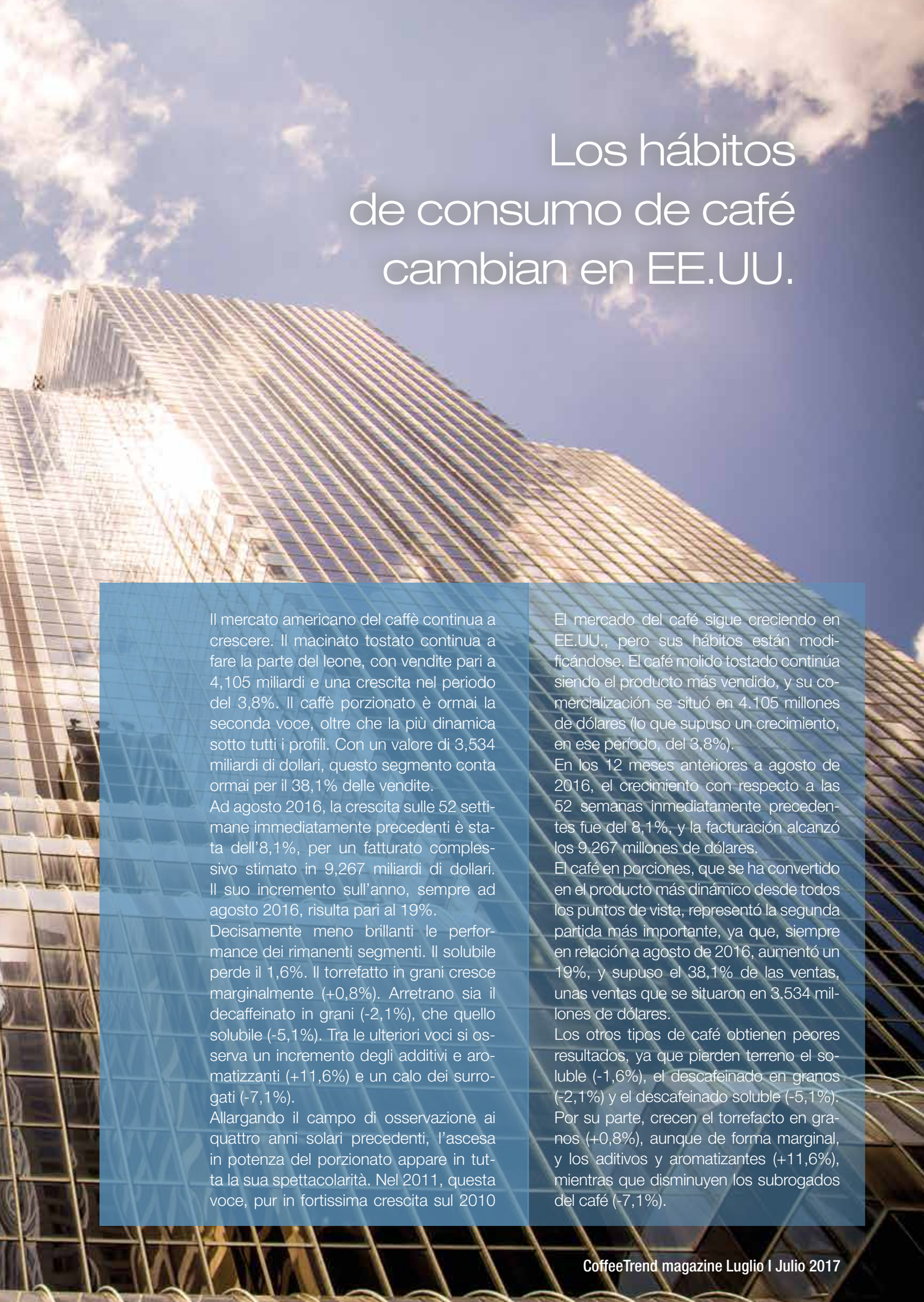
El Grupo del Banco Africano de Desarrollo es un colaboradores comprometido a ayudar a que el sector del café alcance su potencial, tanto a nivel de rendimiento a macro nivel y generando un crecimiento equitativo. El Banco ha apoyado el café en África durante más de 30 años y este apoyo ha tocado todas las facetas de la cadena de valor.

anni e questo sostegno ha toccato ogni fase della catena del valore.
Una proposta recente dell'Inter African Coffee Organisation mira a creare un impianto di finanziamento regionale dedicato al caffè. L'impianto è destinato a contribuire a migliorare i mezzi di sostentamento dei coltivatori di caffè migliorando la competitività del caffè africano attraverso buone pratiche agricole, sviluppando le competenze professionali, promuovendo legami più forti con i mercati e gli investimenti, promuovendo capacità di conoscenza e politiche nazionali favorevoli. Il caffè è anche una delle sei colture strategiche agroindustriali che la Banca prevede di sostenere a medio termine nell'ambito del suo programma di trasformazione continentale agricolo. Gli altri sono il cacao, il cotone, la cassava, l'anacardio e l'olio di palma. ■

Una propuesta de la Organización Interafricana del Café IACO se centra en establecer un mecanismo financiero regional dedicado al café Este mecanismo está diseñado para ayudar a mejorar la calidad de vida de los cultivadores de café incrementando la competitividad del café africano con buenas prácticas agrícolas, el desarrollo de habilidades empresariales, fomentando vínculos más fuertes con los mercados e inversiones y promocionando la capacidad de conocimiento y políticas nacionales favorables.
El café es también una de las cosechas agroindustriales estratégicas que el Banco quiere apoyar en el plazo medio como parte de su programa de transformación agrícola continental. Los otros sectores son el cacao, el algodón, la tapioca, los anacardos y el aceite de palma. ■

art: katestudiospiu.com

Cambiano le abitudini di consumo negli States



Los hábitos de consumo de café cambian en EE.UU.

Il mercato americano del caffè continua a crescere. Il macinato tostato continua a fare la parte del leone, con vendite pari a 4,105 miliardi e una crescita nel periodo del 3,8%. Il caffè porzionato è ormai la seconda voce, oltre che la più dinamica sotto tutti i profili. Con un valore di 3,534 miliardi di dollari, questo segmento conta ormai per il 38,1% delle vendite.

Ad agosto 2016, la crescita sulle 52 settimane immediatamente precedenti è stata dell'8,1%, per un fatturato complessivo stimato in 9,267 miliardi di dollari. Il suo incremento sull'anno, sempre ad agosto 2016, risulta pari al 19%.

Decisamente meno brillanti le performance dei rimanenti segmenti. Il solubile perde il 1,6%. Il torrefatto in grani cresce marginalmente (+0,8%). Arretrano sia il decaffeinato in grani (-2,1%), che quello solubile (-5,1%). Tra le ulteriori voci si osserva un incremento degli additivi e aromatizzanti (+11,6%) e un calo dei surrogati (-7,1%).

Allargando il campo di osservazione ai quattro anni solari precedenti, l'ascesa in potenza del porzionato appare in tutta la sua spettacolarità. Nel 2011, questa voce, pur in fortissima crescita sul 2010

El mercado del café sigue creciendo en EE.UU., pero sus hábitos están modificándose. El café molido tostado continúa siendo el producto más vendido, y su comercialización se situó en 4.105 millones de dólares (lo que supuso un crecimiento, en ese período, del 3,8%).

En los 12 meses anteriores a agosto de 2016, el crecimiento con respecto a las 52 semanas inmediatamente precedentes fue del 8,1%, y la facturación alcanzó los 9.267 millones de dólares.

El café en porciones, que se ha convertido en el producto más dinámico desde todos los puntos de vista, representó la segunda partida más importante, ya que, siempre en relación a agosto de 2016, aumentó un 19%, y supuso el 38,1% de las ventas, unas ventas que se situaron en 3.534 millones de dólares.

Los otros tipos de café obtienen peores resultados, ya que pierden terreno el soluble (-1,6%), el descafeinado en granos (-2,1%) y el descafeinado soluble (-5,1%). Por su parte, crecen el torrefacto en granos (+0,8%), aunque de forma marginal, y los aditivos y aromatizantes (+11,6%), mientras que disminuyen los subrogados del café (-7,1%).

(+133,5%), contava ancora per meno di un miliardo di dollari (888 milioni). Ma già un anno più tardi, il suo valore era lievitato to 1,742 miliardi (+96,3%). Sebbene a un ritmo chiaramente più lento, l'evoluzione positiva è proseguita anche negli anni successivi, sino al dato sopra citato.

L'analisi della tabella dimostra che questo risultato è stato è stato raggiunto principalmente per spinta propria e, solo in parte, a spese delle altre tipologie di prodotto.

Come si divide tra i vari competitor questa torta da oltre 3,5 miliardi di dollari? I marchi Keurig (Keurig Donut Shop, Keurig Donut House e Keurig Rest) continuano a dominare la scena, ma la loro share complessiva è scesa al 31%, contro il quasi 50% di 5 anni fa. Alle loro spalle, il colosso Starbucks (14%), sempre più presente anche nel dettaglio. Segue Folgers (J.M. Smucker), con una quota (9%), pressoché dimezzata rispetto al 2011.

Ulteriori attori importanti sono i marchi Eight o'Clock (del colosso indiano Tata Global Beverages), Gevalia e Maxwell House (Kraft Foods). Le private label costituiscono l'11% del mercato; i marchi minori contano per circa un quinto. Nespresso rimane marginale (circa l'1,5%), sebbene con forti presupposti di crescita.

Pur essendo in espansione, i volumi delle

Si ampliamos el campo de estudio a los cuatro años anteriores, el incremento del café en porciones resulta espectacular.

En efecto, en 2011 el valor de este producto, a pesar del fortísimo crecimiento de 2010 (+133,5%), ni siquiera llegaba a los mil millones de dólares (en concreto, 888 millones).

Pero solo un año más tarde, su valor había explotado y se había situado en 1.742 millones (+96,3%).

Esta tendencia positiva continuó, aunque a un ritmo mucho más lento, a lo largo de los años siguientes, hasta que llegó al dato que hemos presentado con anterioridad.

El análisis de la tabla demuestra que este resultado se ha logrado sin apoyos, y solo en parte a expensas de otros tipos de producto.

¿Cómo se dividen los diferentes competidores este pastel de más de 3.500 millones de dólares?

La marca Keurig (Keurig Donut Shop, Keurig Donut House y Keurig Rest) sigue dominando, aunque su cuota global bajó hasta el 31%, en comparación con casi el 50% de hace cinco años.

Tras ellos se colocan el gigante Starbucks (14%), cada vez más presente en las ventas al por menor, Folgers (J. M. Smucker), con una cuota (9%) que representa casi la mitad de la de 2011, Eight o'Clock (perteneciente al coloso indio), Gevalia y Maxwell House (Kraft Foods).

Las marcas blancas constituyen el 11% del mercado, y otras marcas menores más o menos una quinta parte. En fin, Nespresso sigue siendo marginal (1,5%), aunque seguramente crecerá en el futuro.

Las ventas en línea siguen siendo pocas (en 2015 solo supusieron más o menos el 2%), aunque con el paso del tiempo estas van creciendo.

Dentro de esta categoría, los productos más vendidos son el café en porciones y el torrefacto molido, y los más populares las K-Cup de Keurig y las cápsulas Nespresso.

Las máquinas de café americano siguen siendo las más populares. A este respec-

LAPICCOLA
GRANDE ITALY

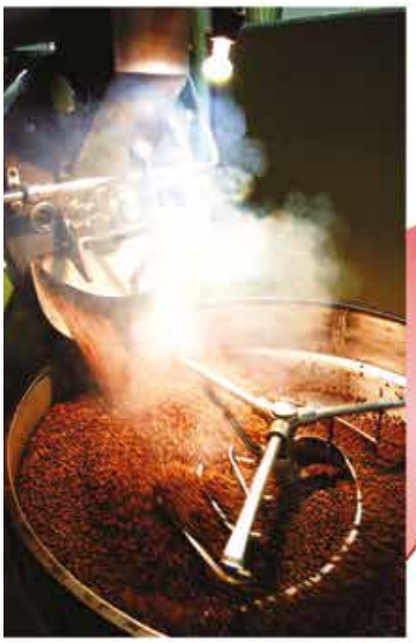
NEWS!
CECILIA SPEED

Macchine per caffè espresso a cialde - Espresso & Tea pods machines

100% handmade in Italy - lapiccola.it

vendite online sono modesti (circa il 2% nel 2015). Tra le merceologie vincono porzionato e torrefatto macinato. Prodotti più gettonati: le K-Cup di Keurig e le capsule Nespresso.
Le macchine per il caffè all'americana continuano a essere le più diffuse, con 28 milioni di unità vendute nel 2015: più del doppio rispetto alle macchine per il caffè porzionato. Queste ultime evidenziano, tuttavia, un trend nettamente più favorevole essendo le loro vendite annue più che quintuplicate tra 2010 e 2015.
È interessante osservare in controtendenza rispetto a quanto sopra descritto il risvegliarsi dell'interesse per il caffè "filtrato a mano" ("pour-over"), un metodo tradizionale di preparazione, che conosce una seconda giovinezza, grazie anche al suo rilancio da parte dei torrefattori "third wave".
Ma come cambiano le abitudini degli americani? Una valida cartina di tornasole dell'evolversi dei gusti del consumatore medio di oltreoceano è offerta dal National Coffee Drinking Trends, il tradizionale sondaggio annuale che Nca svolge, da una sessantina d'anni, su un campione significativo della popolazione adulta.
Stando ai risultati dell'edizione 2016, il caffè si conferma la bevanda calda preferita dagli statunitensi.
Il 59% degli intervistati dichiara di bere caffè ogni giorno; il 71% almeno una volta alla settimana.
Il percolatore rimane il metodo di preparazione più diffuso, ma la percentuale di utilizzatori è scesa drasticamente: dal 77% del 2010 al 54% nel 2016 (in lievissima ripresa dal 53% del 2015). Nello stesso arco temporale, la diffusione del caffè porzionato è più che triplicata passando dal 7% di inizio decennio al 25% dell'anno scorso. Il solubile si conferma al 10%, mentre il 9% degli intervistati (12% nel 2014) dichiara di utilizzare le "macchine per espresso".
L'uso della macchina per il caffè all'americana è associato soprattutto alla prima colazione (61%) e scende nel corso della giornata (54% la sera). Anche l'impiego

to, en 2015 se vendieron más de 28 millones, lo que significa más del doble, si el dato se compara con las máquinas de café en porciones. Sin embargo, su tendencia resulta mucho más favorable, ya que entre 2010 y 2015 sus ventas anuales se multiplicaron por más de cinco.
En contraste con ello, conviene observar que últimamente está despertando un gran interés el café "filtrado a mano" ("pour-over"), un método tradicional de preparación que está viviendo una segunda juventud, gracias, entre otras cosas, al relanzamiento de los torrefactores "third wave".
¿Pero cómo están cambiando los hábitos de consumo de los estadounidenses? Un buen panorama de la evolución de los gustos del consumidor medio estadounidense aparece descrito en National Coffee Drinking Trends, la tradicional encuesta anual que la NCA lleva realizando desde hace unos sesenta años, para la que se basa en un porcentaje significativo de la población adulta.
Según los resultados de la edición de 2016, el café es la bebida caliente preferida de los estadounidenses, ya que el 59% de los encuestados afirma que bebe café todos los días, y el 71% al menos una vez por semana.
La cafetera percoladora sigue siendo el método más común de preparación, aunque conviene notar que el porcenta-



Dispenser per caffè in grani

Coffee beans dispensers

I.G.V. srl

Padana Superiore 1
20060 Cassina De Pecchi (MI) - Italy
Tel. +39 0295344502 - Fax +39 0295344504
www.igv.it - igv@igv.it

del porzionato è più frequente al mattino (16%): il suo utilizzo diminuisce gradualmente nell'arco del giorno, per risalire al 15% la sera.
Buona infine la percezione delle macchine per il porzionato: il 24% dei possessori le valuta "eccellenti", il 33% "molto buone", il 27% "buone" e solo il 5% "scadenti".

Le proiezioni di mercato prevedono che il dettaglio americano progredirà al tasso di crescita annuo composto del 2% a valore dell'1% a volume, di qui al 2020.
Considerando l'ascesa del porzionato, Keurig diventerà presto market leader a valore, mentre J.M. Smucker conserverà la leadership a volume. Nel segmento delle capsule reciteranno un ruolo sempre più importante i prodotti riciclabili e compostabili, a fronte della crescente coscienza ambientale dei consumatori.
La share delle private label rimarrà stabile all'11% nel 2016-2017, sempre molto lontana dai livelli europeo-occidentali, dove i prodotti a marchio dei distributori contano per quasi un quarto delle vendite totali di caffè (24%). ■

je de personas que la usa ha disminuido drásticamente, ya que se pasó del 77% de 2010, al 54% de 2016 (en 2015 se alcanzó el 53%).
Durante el mismo período, la difusión del café en porciones se multiplicó por más de tres, y pasó del 7% de principios de este decenio, al 25% del año pasado.
En fin, el café soluble se mantiene en el 10%, mientras que el 9% de los encuestados (en 2014 era el 12%) declara que emplea "máquinas de café espresso".
Las máquinas de café americano se utilizan más durante el desayuno (61%), y menos a lo largo del día (el 54% por la tarde-noche). También se toma más café en porciones por la mañana (16%), aunque a medida que va avanzando el día su uso va disminuyendo, para aumentar hasta el 15% por la tarde-noche.
Por último, en lo que concierne a la percepción de las máquinas de café en porciones, el 24% de los propietarios las considera "excelentes", el 33% "muy buenas", el 27% "buenas", y solo el 5% "de mala calidad".
Según las proyecciones de mercado, las ventas al por menor estadounidenses avanzarán con una tasa de crecimiento anual compuesta del 2% en términos de valor, y del 1% en términos de volumen, de aquí a 2020.
Si se tiene en cuenta la tendencia positiva de las ventas de café en porciones, Keurig será pronto el líder del mercado en términos de valor, mientras que J. M. Smucker mantendrá su liderazgo en términos de volumen.
Por lo que respecta a las cápsulas de café, la creciente conciencia medioambiental de los consumidores ha ayudado a que cobren cada vez más importancia los productos reciclables y de compostaje.
Para finalizar, hemos de subrayar que la cuota de mercado de las marcas blancas se mantendrá estable en 2016-2017 (en el 11%), lo que significa un porcentaje muy alejado de los niveles de Europa occidental, donde esos productos representan casi un cuarto de las ventas totales de café (24%). ■

TRENDS

BUSINESS SUSTAINABILITY

TRAINING

HIGH-LEVEL COMPETITIONS

NEW TECHNOLOGIES

EXPERIENCES

ITALIAN STYLE

Gambarini & Muti

THE SWEETEST WORLDWIDE HUB

38th International Exhibition dedicated to Artisan Gelato, Confectionery, Pastry and Bakery Production, and the Coffee Sector

SIGEP

ufi Approved Event

The art of Italian taste in the world

21-25.01.2017
RIMINI, ITALY

Sigep + A.B.TECH EXPO = ART AND TECHNOLOGY

www.sigep.it

Organized by:
RiminiFiera business space

Due eventi con un filo conduttore comune

Dos eventos unidos por un único hilo conductor

La Global Specialty Coffee Expo e World of Coffee si confermano appuntamenti di riferimento per l'industria del caffè

SCAE e SCAA sono ormai riunite in un'entità unica: la SCA. Ma i rispettivi eventi di punta mantengono le loro peculiarità. La Global Specialty Coffee Expo (20-23 aprile), che ha avuto come location il Washington State Convention Center di Seattle, si è confermata così l'appuntamento di riferimento per il variegato comparto del caffè di qualità di oltreoceano. World of Coffee, che è stata allestita negli spazi del Hungexpo Fair Center di Budapest (dal 13 al 15 giugno), ha valorizzato invece la ricchezza e la pluralità della tradizione europea.

La capitale americana del caffè

La kermesse USA ha portato a Seattle – città considerata la capitale americana del caffè – oltre 10 mila visitatori (a tutt'oggi non disponiamo dei dati ufficiali definitivi, n.d.r.) e centinaia di espositori. Quest'anno, la rassegna ha aperto le porte anche ai visitatori non professionali, che hanno avuto libero accesso alla fiera nella giornata conclusiva di domenica. Ciò ha consentito di offrire maggiore visibilità alle finali nazionali dei campionati di caffetteria, che qui hanno incoronato i loro campioni.

Kenya in primo piano

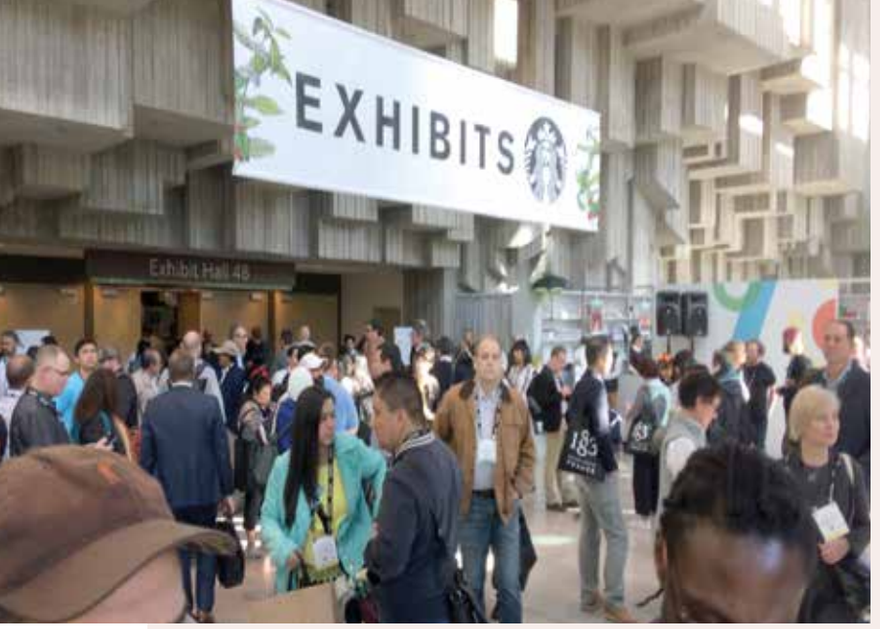
Sul fronte dei produttori, riflettori puntati sul Kenya, paese in primo piano quest'an-

La Global Specialty Coffee Expo y la World of Coffee siguen siendo citas obligadas de la industria del café

La SCAE (Asociación Europea de Cafés Especiales) y la SCAA (Asociación de Cafés Especiales de América) ya son una única entidad: la SCA (Asociación de Cafés Especiales). No obstante, sus principales eventos continúan manteniendo sus peculiaridades. En este sentido, la Global Specialty Coffee Expo, que se celebró en Seattle, en concreto en el Centro de Convenciones del Estado de Washington, del 20 al 23 de abril de 2017, fue una vez más el punto de referencia del rico sector del café de calidad de allende el Océano. En cambio, la World of Coffee, que tuvo lugar en el Hungexpo Fair Center de Budapest, del 13 al 15 de junio de este año, se marcó como objetivo valorizar la riqueza y la pluralidad de la tradición europea.

La capital del café de Estados Unidos

Al evento de Seattle, ciudad a la que se considera la capital del café de Estados Unidos, asistieron más de 10.000 visitantes (hasta hoy día no disponemos de datos oficiales definitivos) y cientos de expositores. En abril, la feria también les abrió sus puertas a los visitantes no profesionales, que pudieron acceder con total libertad a la feria el domingo, el último día. Gracias a ello, las finales de los campeonatos de café de EEUU, de las que salie-



no. Nei suoi spazi espositivi, la nazione africana ha messo in mostra i propri migliori caffè proponendo il cupping di origini rinomate e famose quali Mt. Kenya, Mt. Elgon, Rift Valley e Kisii Highlands.
L'area espositiva ha ospitato come da tradizione workshop, presentazioni, dimostrazioni, eventi interattivi e animazioni, che hanno coinvolto il numeroso pubblico presente.
Ispirandosi a un format già sperimentato con successo a World of Coffee, gli organizzatori hanno proposto la novità del Roaster Village: uno spazio pensato per dare visibilità ai piccoli torrefattori con meno di 100 mila libbre, circa 45 mila kg all'anno, che avrebbero difficoltà a sostenere le spese necessarie per esporre in uno stand proprio. L'iniziativa è stata resa possibile da La Marzocco e da Wilbur Curtis, che hanno messo a disposizione le attrezzature necessarie.

Third Wave a Budapest

Oltre 200 gli espositori presenti a Budapest per World of Coffee, che si conferma evento di riferimento per l'industria europea del caffè di alta qualità. Anche l'evento in terra ungherese è stato scandito da laboratori, sessioni di cupping, showcase, seminari e appuntamenti volti a promuovere la socializzazione e il networking. Variegato e cosmopolita il pubblico in fiera. Abbiamo notato una notevole partecipazione di imprenditori locali, anche molto giovani, interessati agli sviluppi del third wave e alla creazione di piccole torrefazioni artigianali.
Piatto forte della kermesse magiara, le finali mondiali degli eventi targati WCE. L'al-

ron los nuevos campeones, contaron con una mayor visibilidad.

El país protagonista fue Kenia

Este año le tocó a Kenia ser el centro de atención de los países productores. En el espacio con el que contó en la feria, el país africano mostró sus mejores cafés, y les ofreció a los visitantes la posibilidad de catar variedades de origen keniano muy famosas y conocidas como, por ejemplo, Mt. Kenya, Mt. Elgon, Rift Valley y Kisii Highlands.
En la zona expositiva, como manda la tradición, también hubo talleres, presentaciones, demostraciones, eventos interactivos y animaciones; en todos ellos hubo una gran asistencia de público.
Inspirándose en un formato que ya se experimentó con éxito en una World of Coffee anterior, los organizadores propusieron la novedad del Roaster Village, esto es, un espacio creado para dar visibilidad a los pequeños torrefactores que elaboran menos de 100.000 libras de café al año, esto es, unos 45.000 kilogramos. Si no lo hubieran hecho, muchos empresarios habrían tenido dificultades económicas, a la hora de sostener los gastos necesarios para exponer sus productos en un estand propio. La iniciativa fue posible gracias a La Marzocco y a Wilbur Curtis, que pusieron a disposición todo el equipo necesario.

La Tercera ola del café, en Budapest

En la World of Coffee de Budapest, que sigue siendo el punto de referencia de la industria europea del café de alta calidad, estuvieron presentes más de 200 expositores. En el evento también hubo sesiones de catas, escaparates, seminarios, citas y laboratorios dirigidos a promover la socialización y la creación de redes de contacto. El público de la feria fue muy variado y cosmopolita. En la feria también participaron empresarios húngaros, incluso muy jóvenes, interesados en el desarrollo de la tercera ola, y en la creación de pequeñas empresas de torrefacción artesanas.
El plato principal del evento de Hungría

DA PROVEMA C'È

Nel nostro magazzino
di 6000 mq è disponibile
una vasta scelta
di macchinari nuovi e revisionati
per l'industria alimentare,
in particolare per il caffè,
quali tostatrici, sistemi
di stoccaggio e di trasporto,
mulini, confezionatrici, cialdatrici
e aggraffatrici

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

bo d'oro ha visto il dominio dei concorrenti asiatici e medio orientali, a riprova della dimensione sempre più globale di queste competizioni. Nel World Latte Art si è imposto Arnon Thitiprasert (Tailandia). La World Brewers Cup è andata al taiwanese Chad Wang. Nel World Cup Tasters ha vinto Lok Chan (Hong Kong). Il campione di Cezve/Ibrik è Karthikeyan Rajendram, degli Emirati Arabi Uniti. L'unico europeo sul gradino più alto del podio è stato lo slovacco Martin Hudak, che ha vinto la finale del World Coffee in Good Spirits.
E gli italiani? Si sono battuti con onore. Nel Team Italia brillano le prestazioni di Simone Cattani (4° nel Cezve/Ibrik) e Matteo Beluffi (6° posto nel World Latte Art). Nel World Cup Taster, Giacomo Lo Cascio, dopo un ottimo debutto, si è fermato ai quarti di finale, pagando soprattutto l'inesperienza. Marco Poidomani (Coffee in Good Spirits) e Gian Zaniol (World Brewers Cup) non sono andati oltre il primo turno.

Il format Re:co

Ad accomunare invece le due manifestazioni è il format Re:co (Regarding Coffee), lanciato due anni fa a World of Coffee e ripreso anche negli eventi di oltreoceano. Lo caratterizza un mix di sessioni convegnistiche, laboratori interattivi e spazi di discussione e condivisione delle esperienze. Re:co Seattle si è svolto il 19 e il 20 aprile costituendo il prologo della manifestazione espositiva.
Ad aprire il programma, gli interventi di Ric Rhinehart, direttore esecutivo SCA, e Bill

fueron las finales mundiales de los concursos organizados por el World Coffee Events (WCE). El cuadro de honor recayó casi siempre en los competidores asiáticos y de Oriente Medio, lo que refleja la creciente dimensión mundial de estas competiciones. Así las cosas, en el World Latte Art Championship se impuso Arnon Thitiprasert (Tailandia), en la World Brewers Cup el taiwanés Chad Wang, y en el World Cup Tasters Championship, Lok Chan (de Hong Kong). Por su parte, el campeón de Cezve/Ibrik o café turco fue Karthikeyan Rajendram, de los Emiratos Árabes Unidos. El único europeo que ocupó el escalón más alto del podio fue el eslovaco Martin Hudak, que ganó la final del World Coffee in Good Spirits.
¿Y qué ocurrió con los italianos? Compitieron con honor. En el equipo italiano brillaron Simone Cattani (4° en el Cezve/Ibrik) y Matteo Beluffi (6° en el World Latte Art). Por su parte, en el World Cup Tasters, Giacomo Lo Cascio, tras un excelente inicio, perdió en los cuartos de final, sobre todo por culpa de su falta de experiencia. En fin, Marco Poidomani (Coffee in Good Spirits) y Gian Zaniol (World Brewers Cup) no pasaron de la primera ronda.

El formato Re:co

El formato Re:co (Regarding Coffee) fue el nexo común de los dos eventos. Este formato se lanzó hace dos años en la World of Coffee, y se exportó a los programas de allende el Océano. Dicho formato se caracteriza por la existencia de una mezcla

Cafe Show

www.cafeshow.com

SEOUL AWAITS YOU!

SEOUL CafeShow 2017

X

WORLD BARISTA CHAMPIONSHIP™

Nov 9 – 12, 2017

Coex, Seoul, Korea

Contact us T. +82-2-6000-6687 E. info@cafeshow.com

Murray, presidente e CEO della National Coffee Association (NCA), l'influente associazione fondata nel 1911.
A Rhinehart il compito di fare il punto sullo stato del settore del caffè, mentre Murray ha approfondito il tema dei rapporti tra industria e politica. Il fenomeno del third wave è stato al centro delle analisi di Dan Mccloskey, esperto di branding e marketing, e Jan Anderson, manager e consulente con al suo attivo importanti collaborazioni con grandi nomi mondiali.
La norvegese Marie Haga – direttrice esecutiva del Global Crop Diversity Trust, con un passato importante nella diplomazia e nella politica del suo paese – ha affrontato il problema della preservazione della biodiversità.
Kim Elena Ionescu (Chief Sustainability Officer della SCA) ha trattato dell'interazione tra la coltura del caffè e il suo ecosistema, Jeffrey Neilson (Sydney University) ha focalizzato le tematiche della denominazione di origine, sulla base di un'esperienza compiuta in Indonesia.
Messico in primo piano nel contributo di Vera Espindola Rafael, responsabile per la sostenibilità del Programma per la Tutela del Settore del Caffè del SAGARPA (il Ministero dell'Agricoltura del Messico).
Pablo Ramirez (Winrock International, con un passato in Starbucks) ha parlato di finanza applicata alla sostenibilità.

de sesiones de conferencias, talleres interactivos y espacios dedicados a la discusión y al intercambio de experiencias. Re:co Seattle se celebró el 19 y el 20 de abril de 2017, y constituyó el prólogo de la manifestación expositiva.
El programa lo abrieron Ric Rhinehart, director ejecutivo de la SCA, y Bill Murray, presidente y director ejecutivo de la Asociación Nacional del Café de Estados Unidos (NCA), la influyente asociación que se fundó en 1911. A Rhinehart le tocó hacer un balance de la situación del sector del café, mientras que Murray analizó con profundidad las relaciones entre la industria y la política.
Dan Mccloskey, experto en el desarrollo de marcas y en marketing, y Jan Anderson, mánager, asesor y colaborador de grandes empresas mundiales, se ocuparon del fenómeno de la tercera ola.
La noruega Marie Haga, directora ejecutiva del Global Crop Diversity Trust, que también ostenta un importante pasado en la diplomacia y en la política de su país, abordó la cuestión de la conservación de la biodiversidad.
Kim Elena Ionescu (directora de sostenibilidad de la SCA) disertó sobre la interacción entre el cultivo del café y su ecosistema, y Jeffrey Neilson (Universidad de Sídney) sobre algunos asuntos relacionados con la denominación de origen, para lo que se basó en un experimento que realizó en Indonesia.
Rafael Vera Espíndola, responsable de la sostenibilidad del Programa para la protección del sector cafetero, perteneciente a la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación o SAGARPA de México (el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente mexicano), expuso la situación de México, y Pablo Ramírez (de Winrock International, y con un pasado en Starbucks) habló de las finanzas aplicadas a la sostenibilidad.
Por último, Henry "Hoby" Wedler, investigador químico y experto en análisis sensoriales, invidente desde su nacimiento, examinó con gran criterio la relación y

9th Edition

THE ONLY DEDICATED COFFEE & TEA SHOW
IN THE MIDDLE EAST

INTERNATIONAL COFFEE & TEA FESTIVAL DUBAI

THE ONE-STOP EVENT
SHOWCASING
ALL FACETS OF
COFFEE, TEA,
BAR & CAFE PRODUCTS,
EQUIPMENT AND
SERVICES
IN THE
MIDDLE EAST

14TH TO 16TH DECEMBER 2017

DUBAI INTERNATIONAL CONVENTION
& EXHIBITION CENTRE
DUBAI. UNITED ARAB EMIRATES

coffeeteafest.com /ICTFDubai CoffeeTeaFestME /uaecoffeeevents CoffeeTeaFestME

Organised by:

International Conferences & Exhibitions L.L.C
Telephone: +971.4.3355001 Fax: +971.4.3355141 E-mail: info@icedxb.com

Molto interessante, infine, il contributo di Henry “Hoby” Wedler, ricercatore chimico e sensorialista, non vedente dalla nascita, che ha analizzato il rapporto e l’interazione sinergica fra tatto, gusto, odorato e vista. Wedler è stato uno dei 14 Champions of Change premiati alla Casa Bianca dal presidente Obama nel 2012.

In riva al Danubio

Re:co Budapest è andato in scena dal 13 al 15 giugno, in contemporanea dunque con World of Coffee. Più vasta, rispetto all’evento di Seattle, la gamma delle tematiche affrontate. L’appuntamento magiaro ha avuto una prestigiosa anteprima, il giorno 12, con Re:co Talks: la parte più prettamente convegnistica dell’evento, che si è svolta nel prestigioso contesto della Pesti Vigadó, la splendida sala concerti costruita in riva al Danubio.
Nella sessione introduttiva si è parlato di gestione dei rischi lungo la supply chain, con un panel di esperti di diversa formazione e background. Oltre a Ric Rhinehart hanno dato il loro contributo: Albert Scalla (Senior Vice President INTL FCStone LLC), l’italiana Sara Morrocchi (fondatrice di Vuna Origin Consulting), Joel Jelderks (fondatore e CEO di Caskai GmbH) e Jessi Baker (esperta di sistemi blockchain).
Aromi e microbiologia sono stati al centro

la interacción sinérgica entre tacto, gusto, olfato y vista. Wedler es uno de los 14 “Campeones del cambio” a los que el presidente Obama premió en 2012 en la Casa Blanca.

A las orillas del Danubio

En Re:co Budapest, que se celebró del 13 al 15 de junio de 2017, esto es, en el mismo período de la World of Coffee, se abordaron muchas más cuestiones que en el evento de Seattle. La cita húngara estuvo acompañada por un preestreno muy prestigioso (fue el 12 de junio), gracias a Re:co Talks, la parte del evento en la que tuvieron lugar casi todas las conferencias. Estas se celebraron en el marco incomparable de la Pesti Vigadó, la espléndida sala de conciertos que se encuentra a las orillas del Danubio.
En la sesión introductoria, un grupo de expertos procedentes de diferentes campos y de formación diversa, habló de la gestión de riesgos a lo largo de la cadena de suministro. Así, además de Ric Rhinehart, también intervinieron Albert Scalla (vicepresidente sénior de INTL FCStone LLC), la italiana Sara Morrocchi (fundadora de Vuna Origin Consulting), Joel Jelderks (fundador y director ejecutivo de Caskai GmbH) y Jessi Baker (experta en sistemas de cadenas de bloques).
Los aromas y la microbiología se convirtieron en el eje central de las intervenciones de Saša Šestić (ganador del World Barista Championship 2015), Bronwen Percival (experta en quesos, de Neal’s Yard Dairy) y Francis Percival (columnista de la revista The World of Fine Wine).
Por la tarde se discutió de la innovación en la agricultura. En aquella ocasión intervinieron Daniele Giovannucci (presidente de COSA, una organización paraguas que consta de unas cincuenta asociaciones activas en el campo de la agricultura sostenible), Hortensia Solis (artífice de la primera producción de café carbono neutral del mundo, creada por la cooperativa costarricense Coopedota), Susana Robledo (jefa de proyectos de sostenibilidad de Nestlé Nespresso) y Raphael Studer (co-

di una sessione animata da Saša Šestić (vincitore del World Barista Championship 2015), Bronwen Percival (Neal's Yard Dairy, esperta di formaggi) e Francis Percival (corsivista della rivista "The World of Fine Wine").
Nel pomeriggio spazio all'innovazione in agricoltura con Daniele Giovannucci (presidente di COSA, un'organizzazione ombrello costituita da una cinquantina di associazioni attive nel campo dell'agricoltura sostenibile), Hortensia Solis (artefice della prima produzione caffearia carbon neutral del mondo realizzata dalla cooperativa costaricana Copedota), Susana Robledo (Sustainability Project Manager di Nestlé Nespresso) e Raphael Studer (cofondatore della piattaforma di trading online di caffè verde "Algrano").
A chiudere le trattazioni, ancora una volta, Henry Wedler.

Re:co Interactive

Re:co Interactive si è svolto invece in uno spazio dedicato all'interno di World of Coffee, in contemporanea con l'evento fieristico. La formula interattiva - con workshop e dibattiti – ha favorito il dialogo e il confronto. I percorsi sensoriali hanno proposto insolite incursioni in universi apparentemente molto lontani da quello del caffè, quali: le birre, i formaggi e gli alcolici. Sono state inoltre esplorate le potenzialità della stagionatura applicata al caffè: un'idea nuova, da poco sperimentata. Si è parlato poi di fisiologia del gusto, alfabeti sensoriali e terminologia dell'assaggio. Le Nez du Café, Whisky & Coffee Aroma ha offerto un'analisi comparativa della valutazione sensoriale di caffè e whisky, attraverso il famoso metodo creato dall'esperto francese Jean Lenoir.

Newscai

Newscai ha partecipato a entrambi gli appuntamenti con un proprio stand. A Seattle è stato distribuito il numero di aprile (inglese spagnolo). A Budapest quello di giugno (italiano e inglese). Entrambi i numeri sono stati diffusi in migliaia di copie. ■

fundador de la plataforma de trading en línea de café verde Algrano). La sesión la cerró Henry Wedler.

Re:co interactive

A Re:co interactive se le dedicó un espacio dentro de la World of Coffee, es decir, se celebró en el mismo período de la feria. La fórmula interactiva (con talleres y debates) ayudó al diálogo y a la discusión. Los recorridos por el mundo de los sentidos acabaron en incursiones inusuales en universos aparentemente muy lejanos del del café como, por ejemplo, el de las cervezas, el los quesos y el de las bebidas alcohólicas. También se exploró el potencial de añejar el café, una idea nueva que acaba de experimentarse. Asimismo, se habló de la fisiología del gusto, de los alfabetos sensoriales y de la terminología de la degustación. Para concluir, conviene recordar que Le Nez du Café, Whisky & Coffee Aroma ofreció un análisis comparativo de la evaluación sensorial del café y del güisqui, a través del famoso método creado por el experto francés Jean Lenoir.

Newscai

Newscai estuvo presente en los dos eventos con un estand propio. En Seattle se distribuyó el número de abril (en inglés y español), y en Budapest el de junio (en italiano e inglés). En ambos casos se repartieron miles de copias de esas dos ediciones. ■

Ecos:

il futuro del packaging a basso impatto ambientale

Ecos:
el futuro del embalaje de bajo impacto medioambiental

All Pack porta sul mercato l'innovazione. Dalla consolidata tradizione degli imballaggi flessibili per la torrefazione all'innovazione che rispetta l'ambiente: è nato Ecos, prodotto interamente "made in Italy" sviluppato da All Pack, azienda veronese leader di mercato che anticipa il futuro del packaging rigido per il settore della torrefazione e, più in generale, per l'intero segmento del confezionamento di polveri e granulati.
Alla base del progetto vi è un accurato studio di ricerca che ha portato alla realizzazione dell'innovativo contenitore riciclabile e a basso impatto ambientale, in combinata con il brevetto All Pack relativo allo speciale metodo di confezionamento, interamente gestito e sviluppato in atmosfera protetta e che caratterizza Ecos quale prodotto unico ed esclusivo nel suo segmento.
Ecos nasce sterile e viene nuovamente sottoposto ad un trattamento antibatterico prima del suo utilizzo nel processo di confezionamento. Grazie al metodo di confezionamento brevettato da All Pack il riempimento avviene immediatamente dopo la macinatura del caffè.
Sfruttando il naturale gas rilasciato dal caffè macinato e grazie all'innovazione del prodotto messo a punto da All Pack, Ecos garantisce un mantenimento ottimale di tutte quelle fragranze, aromi e

All Pack introduce en el mercado la innovación. Ha nacido Ecos, un producto que tiene en cuenta no solo la tradición bien consolidada de los embalajes flexibles para la torrefacción, sino también una innovación que respeta el medio ambiente. Este producto, cien por cien "made in Italy", lo ha creado All Pack, la empresa veronesa líder del mercado, que ha logrado anticipar el futuro del embalaje rígido para el sector de la torrefacción, y para todo el segmento de mercado del envasado de polvos y granulados.
Detrás del proyecto se esconde un profundo estudio de investigación, que ha culminado con la creación de un envase innovador reciclable y de bajo impacto medioambiental, combinado con una patente All Pack relativa a un método especial de embalaje, totalmente gestionado y desarrollado en una atmósfera protegida. Gracias a ello, Ecos se presenta como un producto único y exclusivo de su segmento.
Ecos nace estéril, pero, no obstante, se somete de nuevo a un tratamiento antibacteriano, antes de su utilización en el proceso de embalaje. Gracias al método de embalaje patentado por All Pack, el llenado se produce inmediatamente después de haberse molido el café.
Aprovechando el gas natural que libera el café molido, pero también gracias a la

profumi che fino ad oggi si andavano perdendo durante la fase di degassazione.
Grazie all'esperienza acquisita nell'imballaggio flessibile, All Pack ha sviluppato per Ecos una perfetta barriera agli agenti potenzialmente contaminanti presenti all'esterno dell'involucro, primi fra tutti raggi luminosi, ossigeno e vapore acqueo, permettendo quindi di mantenere inalterate le proprietà organolettiche e la fragranza del prodotto anche dopo il confezionamento.

ECOS è personalizzabile al 100%

La veicolazione del marchio aziendale dei propri clienti è un'esigenza primaria, All Pack ha reso Ecos interamente personalizzabile, dall'etichetta al marchio inciso sul tappo customizzabile con il proprio brand, dalla scelta dei colori per corpo e tappo alla personalizzazione della scatola espositore. Ecos permette il

innovación del producto que ha desarrollado All Pack, Ecos asegura un óptimo mantenimiento de todas las fragancias, de todos los aromas y del perfume que hasta ahora se perdían durante la fase de desgasificación.
Gracias a la experiencia adquirida en lo que se refiere a la creación de embalajes flexibles, All Pack ha desarrollado para Ecos una perfecta barrera contra los potenciales agentes contaminantes que se hallan fuera de la envoltura como, por ejemplo, los rayos de luz, el oxígeno y el vapor del agua, lo que significa que, de este modo, las propiedades organolépticas y la fragancia del producto se mantienen inalteradas, incluso después del envasado.

ECOS puede personalizarse al cien por cien

Difundir la marca de la empresa de los clientes es una necesidad primaria. Por esta razón, All Pack ha pensado que Ecos debe poder personalizarse completamente, y que esto incluye la etiqueta, la marca grabada en el tapón, que puede personalizarse con la marca que se desee, la elección de los colores del envase y del tapón, o la caja de presentación.
Ecos puede albergar cualquier tipo de molienda, como por ejemplo el café a la turca, o polvos menos finos como los del "espresso", los del café de cafetera o

suo riempimento con ogni tipo di macinatura, dal caffè alla turca a polveri meno sottili quali espresso, moka e caffè filtro all'americana, fino ad arrivare al possibile confezionamento diretto in grani. Grazie al servizio di confezionamento conto terzi, sviluppato nell'ampio e nuovo stabilimento recentemente inaugurato e interamente dedicato alla lavorazione e stoccaggio della materia prima in entrata e al prodotto finito in uscita, All Pack è in grado di gestire prontamente ogni richiesta di quantitativo, permettendo al cliente di non dover investire ingenti capitali per l'acquisto degli appositi macchinari dedicati a questo speciale processo di confezionamento. Ricerca, Innovazione, Qualità, rispetto dell'ambiente, flessibilità, 100% made in Italy: questi i punti di forza di Ecos, ideato e brevettato da All Pack. ■

los del café americano de filtro, e incluso puede llegar a acoger directamente los granos.
Gracias al servicio de embalaje por encargo, que se lleva a cabo en el amplio y nuevo establecimiento que se ha inaugurado hace poco, y que está completamente dedicado a la elaboración y al almacenamiento de la materia prima entrante, y al producto terminado saliente, All Pack puede gestionar con enorme rapidez cualquier cantidad requerida, lo que implica que el cliente ya no ha de invertir grandes cantidades de dinero para comprar máquinas dedicadas a este proceso especial de envasado.
Los puntos fuertes de Ecos, diseñado y patentado por All Pack, son la investigación, la innovación, la calidad, el respeto por el medio ambiente, la flexibilidad y el 100% "made in Italy". ■

indice inserzionisti I índice de anunciantes

A

ASACHIMICI pag. 25
ALLKAFF pag. 17
ALLPACK pag. 24

C

CAFE SHOW SEOUL pag. 41
CAPPELLINI pag. 6, 7

D

DEMUS pag. 12
DEMUS LAB pag. 13
DUBAI COFFEE&TEA FESTIVAL pag. 43

E

ECOS pag. 46

G

GARBIN pag. 11

H

HOST pag. 51

I

ICOPERFEX pag. 5, 23
IGV pag. 33
INDUSTRIA LIGURE CAFFÈ pag. 2

L

LA PICCOLA pag. 31

O

OPEM pag. 15

P

PETRONCINI pag. 3
PROVEMA pag. 39

S

SCOLARI ENGINEERING pag. 1, 52
SIGEP pag. 35
SWEET COFFEE ITALIA pag. 21

T

TAIWAN COFFEE SHOW pag. 19
TECMES pag. 27

Editore - Editor

NEWSCAI di Elena Girolli & C. s.a.s.

Aut. Trib. Di verona n. 1708 del 04/04/2006

Sede Legale - Sede legal

Via Locchi 26, 37124 Verona

Redazione - Redacción

Via E. Boegan 8, 34128 Trieste

Tel.: +39 040 366692, Fax: +39 040 9899718

E-mail info@newscai.com

http://www.newscai.com

Collaboratori - Colaboradores

Josè Francisco Medina Montero, Marco Zennaro

Progetto grafico e stampa - Diseño y impresión

Studio Matris d.o.o.

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

No se podrá reproducir total o parcialmente nada de esta publicación, sin el permiso del editor.

in Milano

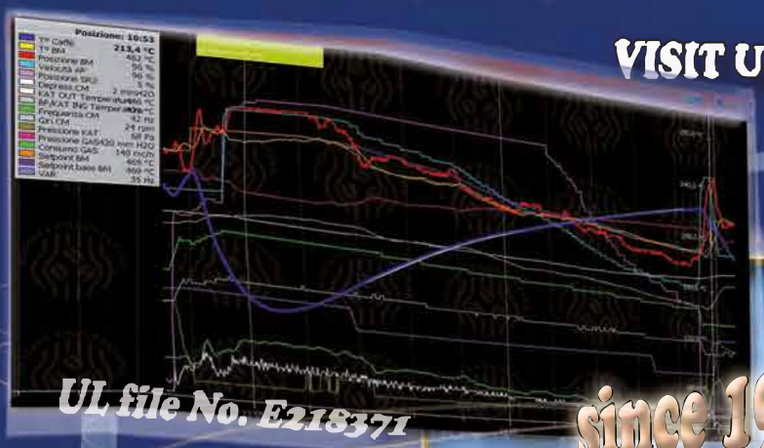
Equipment, Coffee and Food
40th International Hospitality Exhibition
October 20_24, 2017 fieramilano

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane
1926 90 2016

U.S. COMMERCIAL SERVICE
United States of America
Department of Commerce

ufi
Approved
Event

FIERA MILANO



VISIT US ON OUR BOOTH

HOST FieraMilano
20-24 Oct 2017
Pad. 22 K38 L37

AllPack Indonesia
01-04 Nov 2017

PROPAK ASIA Bangkok
14-17 June 2017

UL file No. E218371

since 1986

scolari engineering

italian style

World's Leaders of "ITALIAN ESPRESSO" coffee prefer scolari engineering roasters "THE ESPRESSO ROASTER"

2017

THE 58th RELEASE of COFFEE PROFILE ROASTING PROGRAM MARKS A FURTHER IMPROVEMENT BASED ON CUSTOMER FEEDBACK AND THE INPUT OF OUR R&D DEPARTMENT

SCOLARI ENGINEERING SPA
www.scolarieng.com

ITALY Sales@Scolarieng.com
USA and Canada Usa@Scolarieng.com
JAPAN Japan@Scolarieng.com
ESPAÑA Espana@Scolarieng.com
South KOREA Korea@Scolarieng.com
INDONESIA Indonesia@Scolarieng.com