CoffeeTrend magazine

www.newscai.com

Publication containing news on the world of coffee
Expresamente para torrefactores

N. 63 April I Abril 2012

LAVORAZIONI MIRATE
PER IL CAFFE' ESPRESSO ITALIANO
Specialized in Espresso Coffee Productions

We produce: our trademarks,
private labels, fantasy labels.
Always interested in buying/selling
new and used coffee machineries.

Produzioni: proprie, per terzi,
private labels, marchi di fantasia.
Compra-vendita di macchinari
industriali nuovi e usati.

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

petroncini
impianti dal 1919

Technological Coffee Competence Centre

Petroncini Impianti Spa dispone di un Centro di Competenza Tecnologico del Caffè con laboratorio analisi, sezione assaggi e impianti pilota installati a disposizione dei clienti per l'effettuazione di prove e test sul prodotto. Inoltre si offrono consulenze specifi che sui processi di trasformazione del caffè per ottenere il risultato fi nale desiderato.

Petroncini Impianti Spa have at disposal for our customers a Technological Coffee Competence Centre with lab, cup tasting and pilot plants where we can carry out product tests and trials. Furthermore we offer specifi c consultancy on the coffee production processes in order to obtain the desired fi nal product.

Petroncini Impianti S.p.a. • Via del Fantino, 2/A 44047 • S. Agostino (FE) • Tel. +39 0532-350076 • Fax +39 0532-846721
info@petroncini.com • www.petroncini.com

VISIT US AT : SCAA PORTLAND BOOTH 3001

Da 50 anni... espressamente vincente

plus puly CAFF

50° 1961 - 2011

Ancora una volta N° 1

Andrea Antonelli:
- *1 Titolo Italiano Baristi Caffetteria*
- *4 Titoli Italiani Latte Art*

Tested and certified by

NSF

NSF Protocol P152 Health Effects and Corrosivity of Commercial Espresso Machine Chemical Cleaners

Essere N° 1 non è facile... Riconfermarsi è solo per pochi!

Andrea Antonelli con la sua vittoria al Tirreno CT 2011 è per la quarta volta consecutiva CAMPIONE ITALIANO LATTE ART un nuovo successo che premia l'impegno, la passione e la serietà del TEAM PULYCAFF.

Group ASACHIMICI food industry Cleaners

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

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

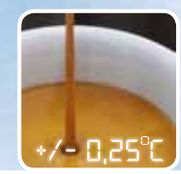
SPECIALITY COFFEE ASSN. OF EUROPE MEMBER

SAVE THE ENERGY

IMPROVING PERFORMANCE

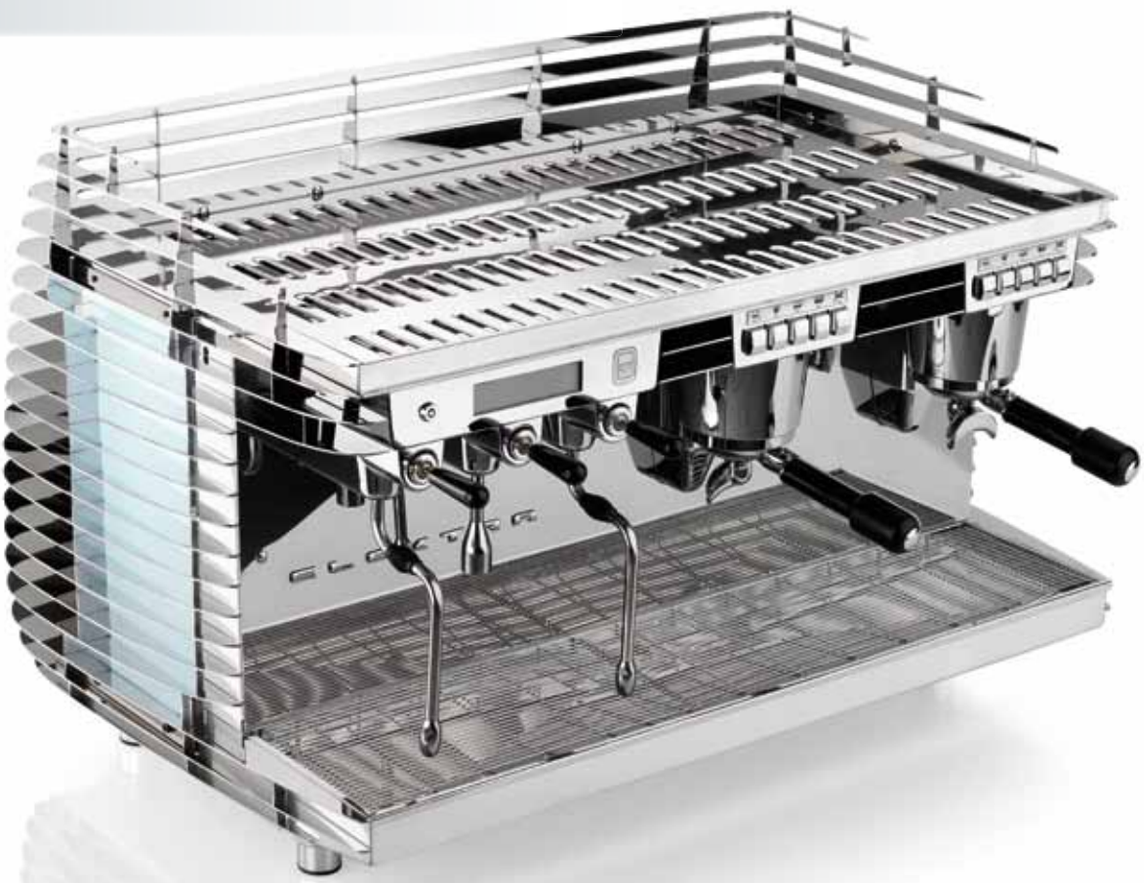
www.holbein.it - Ph. Mauro Fregnan

WATER
TREATMENT
SYSTEM



BREWING
TEMPERATURE
CONTROL

ENERGY SAVING
PROGRAMMABLE
NIGHT CYCLE



ALETTA® | 2 UNITS AUTOMATIC. POLISHED STEEL

ELEKTRA®

ITALIAN ESPRESSO COFFEE MACHINES

Elektra srl - Via A. Volta, 18 - 31030 Dosson di Casier (Treviso) Italia
Tel. +39 0422 490405 r.a. - Fax +39 0422 490620
info@elektrasrl.com - www.elektrasrl.com

ITALIAN EXCELLENCE
SINCE
1947

SPECIALITY COFFEE ASSN. OF EUROPE WWW.SCAE.COM

WORLD OF COFFEE™ VIENNA 2012

DISCOVER A WORLD OF COFFEE IDEAS, INNOVATIONS AND CONTACTS.

12-15 June 2012 / Vienna, Austria
Messe Wien Exhibition and Congress Centre

www.scae-events.com

Meet over 200 of the world's most innovative industry suppliers, see The World Barista Championship and attend workshops, seminars, and social programmes.

Blending the greatest expertise with the most extensive gathering of exhibitors and the most powerful buyers in the business, it is set to be THE MUST-SEE event on the coffee industry calendar. Don't Miss Out....

Visit **www.scae-events.com**

cappellini

www.cappellinicaffe.it • info@cappellinicaffe.it

Il vostro caffè fatto su misura

Produzioni a marchio terzi
Stampa personalizzata gratuita anche per piccoli quantitativi

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

Summary

Sumario

9 EDITORIAL
EDITORIAL

10 ICO NEWS
ACTUALIDAD DE LA OIC

Changing consumption patterns in importing countries

El consumo de los países importadores ha cambiado

34 FOCUS ON
EN PRIMER PLANO

Cama announces strategic partnership to meet record growth in cups technology

Cama: Excelencia en la tecnología de cápsulas

SPOTLIGHT ON ENTERPRISES

40 LAS EMPRESAS COMO CENTROS DE INTERÉS

Filter and Shower by I.M.S, the heart of a coffee machine

Filtro y Ducha I.M.S. el corazón de la máquina de café

44 **IMA Industries: the Exquisite Factory**

IMA Industries: the Exquisite Factory

Innovation and Growth: The guidelines of TME

50 Innovación y Desarrollo: Las directrices de TME

56 **Decisions, Decisions... Pods, Capsules, Cartridges, Cups, Discs, Pouches, Pads, or...?**

Decisiones, decisiones... Barquillos, cápsulas, recargas, o ...?

62 ADVERTISER INDEX
ÍNDICE DE ANUNCIANTES

Editorial

The Caffè degli Specchi is under new management. Founded in the heart of Trieste in 1839, the historic bar will be run by former airline pilot Enzo Friolo and his brother-in-law Giuseppe Faggiotto, a maître chocolatier of international renown. Traditionally the city's cultural salon, located in Piazza dell'Unità d'Italia, the Caffè has Greek origins and Venetian foundations. It occupies the ground floor of Palazzo Stratti, built by Greek-born entrepreneur Nicolò Stratti on the remains of the foundations of Castello Amarina, a Venetian fort constructed in 1370. Before long Stratti was compelled by financial problems to sell the whole building to Trieste insurance company Assicurazioni Generali, which remains the owner of the property, and the Caffè premises, to this day. The Specchi has seen many changes in its 170 years of history. During the Allied Military Government in Trieste following the end of the Second World War it was used as headquarters for the Anglo-American troops based in the city.

That long history seemed to have reached its conclusion last autumn, when Andrea Giacomo Sessa, who had owned the Specchi since 2003, decided to hoist the white flag in the face of unsustainable running costs. The brand-name was bought in an auction by Assicurazioni Generali, and a new manager for the Specchi was selected less than 90 days after it had gone into receivership. The three-horse race for the appointment was won by Segafredo Zanetti, which beat off the competition of illycaffè and Lavazza. Held in splendid early spring weather, the reopening of the Specchi was a great occasion with an array of guests featuring Segafredo owner Massimo Zanetti. "We decided to give the Specchi a different image, trying to re-create its finest period – from the end of the 19th century to the middle of the last one," said Enzo Friolo in an interview with Trieste daily Il Piccolo. "What we envisage is a cultural centre, a literary salon, a meeting place for everyone, locals and tourists alike. The Caffè degli Specchi will become once again part of the city's heritage, as it was in the past." ■

Editorial

Un expiloto de aviones, el comandante Enzo Friolo, será quien dirigirá junto a su cuñado Giuseppe Faggiotto el nuevo Caffè degli Specchi, el histórico local triestino que se fundó en 1839. Debido a su posición central, se le ha conocido siempre como el "salón de Trieste", ya que asoma a la plaza dell'Unità d'Italia. Sus orígenes son griegos y sus cimientos venecianos. En efecto, está situado en la planta baja del palacio Stratti, un edificio que mandó construir el empresario de origen griego Nicolò Stratti, asentado sobre los restos de los antiguos cimientos del castillo Amarina, una fortaleza que edificó la Serenisima (la República de Venecia) en 1370. Stratti tuvo problemas económicos y se vio obligado a venderle muy pronto todo el edificio a la compañía de seguros triestina Assicurazioni Generali, que sigue siendo la actual propietaria del inmueble y del local. A lo largo de sus más de 170 años de historia el Caffè degli Specchi ha debido afrontar innumerables vicisitudes, incluido un cambio de destino en el período del Gobierno militar aliado, a finales de la Segunda Guerra Mundial, ya que se convirtió en el cuartel general de las tropas angloamericanas. En pasado otoño se creía que iba a finalizar el ciclo vital del local tras más de cien años de vida, debido a que el empresario Andrea Giacomo Sessa, que lo gestionaba desde 2003, decidió cerrar al no poder hacer frente a los gastos, que eran ya insostenibles. Assicurazioni Generali adquirió en una subasta la titularidad del nombre, y cuando no habían pasado ni siquiera 90 días después de la quiebra, ya tenía un nuevo director. La batalla la ganó Segafredo Zanetti, que entró en liza con illycaffè y Lavazza. Su nueva inauguración, que tuvo lugar un espléndido día de principios de primavera, fue una gran fiesta popular. En ella hubo huéspedes importantísimos, de entre los que destaca Massimo Zanetti, el dueño de Segafredo. Friolo ha declarado en una entrevista concedida al periódico local Il Piccolo: "Hemos querido cambiar la imagen del café de los Specchi, y para ello hemos intentado volver la vista atrás y dirigirla hacia su período dorado, esto es, desde finales del siglo XIX hasta mediados del siglo pasado. ■

ICOPERFEX HIGH TECHNOLOGY

PREPARE YOURSELF TO MILL NEW SUCCESSES.

Absolute constant results of the milled product, total reliability in production, high settings precision.

If you are looking for high performance, you can rely on the high technology of Icoperfex Colombini automatic industrial grinders. Capable of offering you, thanks to the high settings precision, the most vast range of constant grain size during grinding. Because the quality of a good coffee derives also from the quality of its processing.

ICOPERFEX s.n.c. via De Francisco, 130/16 10036 Settimo T.se (TO) Italy tel +390118211407 fax +390118958221 www.icoperfex.it

COLOMBINI

Changing consumption patterns in importing countries

El consumo de los países importadores ha cambiado

Eight major importers compared in an ICO survey

Eight major coffee importing countries have been compared in a statistical survey designed to trace coffee consumption trends since the mid-1990s. Entitled "Drinking patterns in selected importing countries", the recent ICO study was presented in London at the autumn session of the meetings arranged for last year's Activity Programme laid down by the new International Coffee Agreement (ICA 2007). In addition to a quantitative and qualitative analysis of import trends over the last fifteen years, the paper focuses on two discriminating factors considered to be crucial: the division of consumption between roasted and instant coffee, and the percentage shares of home-consumed and out-of-home coffee.

The experts conducting the analysis, covering the period from 1997 to 2010, drew their material from the ICO archive and a database made available by the highly-

La OIC presenta un estudio en el que se comparan ocho grandes países

La OIC ha analizado hace poco estadísticamente ocho grandes países importadores, y ha comparado dichos datos en un estudio que pretende examinar la evolución de las tendencias del consumo desde la segunda mitad de los años noventa hasta 2010. El trabajo ("Drinking patterns in selected importing countries") se presentó durante la sesión otoñal de las reuniones londinenses, en el seno del programa de actividades de la pasada temporada cafetera, según marcan las directivas del Nuevo Acuerdo Internacional (ICA, 2007). El documento no solo analiza la evolución de las importaciones a lo largo de unos quince años desde el punto de vista de la cantidad y la calidad, sino que además se concentra en dos elementos que se consideran esenciales, esto es, la división del consumo entre el café torrefacto y el soluble, y los porcentajes que se atribuyen al sector de la alimentación y al café que se consume fuera de casa. Para efectuar este estudio, los especialistas de la OIC han recurrido a los archivos de la organización, y a una base de datos proporcionada por la famosa sociedad de análisis Euromonitor International. El período considera-

regarded Euromonitor International. The selected countries were the United States, Germany, Japan, Italy, France, Spain, the Russian Federation and Great Britain. As shown in **Table 1**, over the period in question these countries accounted on average for 47.4% of world consumption and 64.6% of the total consumption of importing countries. Before proceeding to an analysis of the individual national markets, it should be pointed out (as noted in the introduction to the paper) that there are a number of discrepancies between the statistical summary contained in **Table 2** and the detailed breakdown shown in the subsequent tables.

United States

US imports increased from the 1997 total of 20,343,000 bags to 24,378,000 (+19.8%) in 2010, giving an average for the whole period of 22,863,000 bags.

Table 3 shows the changes in countries of origin, specifically the huge increase in volumes coming from Brazil (+155%) and Vietnam (+180%), matched by a decline in volumes imported from Mexico (-43%)

do va desde 1997 a 2010, y durante él se han examinado, insistimos, ocho países, a saber, EEUU, Alemania, Japón, Italia, Francia, España, la Federación Rusa y Reino Unido. Tal y como se observa en la **tabla 1**, en esta etapa dichos países representaron, como media, el 47,4% del consumo mundial, y el 64,6% del consumo de los países importadores. Antes de empezar a analizar cada uno de los mercados internacionales, resulta oportuno subrayar (al igual que se advierte al principio del mismo estudio) que existen ciertas incongruencias entre los datos sinópticos de la **tabla 2** y los que aparecen en las otras tablas.

EEUU

Las importaciones de EEUU pasaron de los 20,343 millones de sacos de 1997 a los 24,378 de 2010 (+19,8%), lo que representa una media de 22,863 millones en el período considerado. Según se observa en la **tabla 3**, que refleja los cambios que se produjeron en cuanto a las zonas de origen, aumentaron sobremanera las importaciones procedentes de

Table 1 – Consumption in the eight countries surveyed (millions of 60-kg bags) / *Tabla 1 – Consumo de los ocho países examinados en el estudio (en millones de sacos de 60 kg)*

	USA	Germany	Japan	Italy	France	Spain	Russian Federation	Great Britain	Total for countries surveyed	All importer countries	World total
	EEUU	*Alemania*	*Japón*	*Italia*	*Francia*	*España*	*Federación Rusa*	*Reino Unido*	*Total de los países analizados*	*Todos los países importadores*	*Total mundial*
1997	17 795	9 670	5 968	4 913	5 487	2 977	1 857	2 441	51 109	76 380	100 539
1998	18 604	9 976	6 052	4 936	5 351	2 996	1 647	2 588	52 150	78 037	103 018
1999	19 359	9 748	6 273	4 919	5 578	3 324	1 352	2 276	52 829	80 313	105 853
2000	18 746	8 770	6 626	5 149	5 402	2 991	1 863	2 342	51 889	79 116	105 499
2001	19 554	9 059	6 936	5 243	5 253	2 795	2 983	2 215	54 037	82 008	109 808
2002	19 125	8 498	6 875	5 182	5 526	2 833	3 446	2 261	53 745	82 975	111 428
2003	20 193	9 499	6 770	5 507	5 394	2 740	3 582	2 236	55 920	84 645	114 037
2004	20 973	10 445	7 117	5 469	4 929	2 705	3 086	2 458	57 183	89 099	119 953
2005	20 998	8 665	7 128	5 552	4 787	3 007	3 212	2 680	56 029	88 172	120 681
2006	20 667	9 151	7 268	5 593	5 278	3 017	3 263	3 059	57 295	90 194	124 488
2007	21 033	8 627	7 282	5 821	5 628	3 198	4 055	2 824	58 468	93 074	129 376
2008	21 652	9 535	7 065	5 892	5 152	3 485	3 716	3 067	59 564	94 848	132 646
2009	21 436	8 897	7 130	5 806	5 677	3 352	3 131	3 220	58 649	92 293	131 278
2010	21 784	9 292	7 180	5 781	5 904	3 232	3 661	3 123	59 996	93 601	134 012
Average											
Media	**20 137**	**9 274**	**6 833**	**5 412**	**5 382**	**3 047**	**2 918**	**2 628**	**55 633**	**86 054**	**117 330**
Percentage of eight importer countries surveyed											
Porcentaje con respecto a todos los países importadores	**23,4%**	**10,8%**	**7,9%**	**6,3%**	**6,3%**	**3,5%**	**3,4%**	**3,1%**	**64,6%**	**100,0%**	
Percentage of world total											
Porcentaje con respecto a todo el mundo	**17,2%**	**7,9%**	**5,8%**	**4,6%**	**4,6%**	**2,6%**	**2,5%**	**2,2%**	**47,4%**	**73,3%**	**100,0%**

since 1986

Nobody takes care of your coffee more than

WE INSTALLED
THE WORLD'S FIRST
"CONTINUOUS PROFILE
ROASTING" SOFTWARE
ON A
FLUID BED

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

2012 THE 36th RELEASE OF THE
"CONTINUOUS
PROFILE ROASTING" PROGRAM
MARKS A FURTHER IMPROVEMENT
BASED ON
CUSTOMER FEEDBACK AND THE INPUT
OF OUR R&D DEPARTMENT

scolari engineering

20092 Cinisello Balsamo (Milano) Italy - Via Per Bresso, 248 - Ph. +39 02 61456 270 Direct Line - Fx +39 02 61456 215 ✉ Sales@Scolarieng.com
USA and Canada: **TEXPAK INC**. One Greentree Centre, Suite 201 - Marlton, NJ 08053 - Ph. +1 856 988 5533 - Fx +1 856 988 5524 ✉ Usa@Scolarieng.com
JAPAN: **SuTec LTD** Alphaport-Kobe-City #1301, 4-4-18, Matsubara-Dori, Hyogo-Ku, 652-0881- Ph.+81 (0) 78 335 5817 - Fx +81 (0) 78 335 5818 ✉ Japan@Scolarieng.com

and Guatemala (-31%). Colombia's share of the US market peaked in 2008, following which a fall in production totals caused a substantial shrinkage.

Green coffee consumption increased by about 31.5% from 15,522,000 bags in 1997 to 20,413,000 in 2010. One notable change was the sharp drop in the instant coffee market share, which was halved from 12.8% to 6.3%. This certainly contributed to the expansion of high-quality niche brands.

Germany

Imports rose by 31.5% from just under 14 million bags in 1997 to a 2010 total of 20.6 million. Like the US, Germany (see

Brasil (+155%) y Vietnam (+180%), y disminuyeron las de México (-43%) y Guatemala (-31%). Por su parte, la cuota de mercado de Colombia alcanzó su máximo nivel en 2008, y después se fue contrayendo con fuerza por culpa de la importante caída productiva de los últimos años. El consumo (que aquí se mide en relación a los sacos de café verde) creció aproximadamente el 31,5%, y pasó de los 15,522 millones de sacos de 1997, a los 20,413 de 2010. Resulta interesante destacar que la cuota de mercado del café soluble se redujo más de la mitad (del 12,8% al 6,3%) como consecuencia, entre otras cosas, de la expansión de los segmentos de cafés de gran calidad.

Table 2 – Imports in the eight countries surveyed (millions of 60-kg bags) / *Tabla 2 – Importaciones de los ocho países examinados en el estudio (en millones de sacos de 60 kg)*

	USA	Germany	Japan	Italy	France	Spain	Russian Federation	Great Britain
	EEUU	*Alemania*	*Japón*	*Italia*	*Francia*	*España*	*Federación Rusa*	*Reino Unido*
1997	20 343	13 905	5 921	5 743	6 704	3 777	2 185	2 929
1998	21 030	13 740	6 027	5 889	6 576	3 718	1 732	3 142
1999	22 746	14 320	6 547	5 943	6 676	3 986	1 368	2 907
2000	23 767	13 895	6 908	6 315	6 520	3 768	1 890	3 012
2001	21 415	14 753	6 996	6 542	6 753	4 058	3 008	3 062
2002	21 639	15 516	7 307	6 523	6 925	4 026	3 494	2 971
2003	22 760	15 727	6 923	6 929	6 652	4 136	3 661	3 002
2004	23 184	17 356	7 254	7 032	5 940	4 173	3 195	3 329
2005	23 042	16 716	7 408	7 269	5 714	4 356	3 333	3 433
2006	23 709	18 543	7 632	7 548	6 191	4 538	3 461	4 046
2007	24 219	19 564	7 086	8 028	6 420	4 875	4 318	3 781
2008	24 277	19 876	7 060	8 172	6 252	4 864	4 057	3 967
2009	23 578	19 416	7 090	8 078	6 670	4 811	3 487	4 131
2010	24 378	20 603	7 407	8 236	6 941	5 034	3 991	4 292
Average								
Media	**22 863**	**16 709**	**6 969**	**7 018**	**6 495**	**4 294**	**3 084**	**3 429**

Table 3 – All forms of coffee imports in the United States (thousands of bags) / *Tabla 3 – Importaciones de EEUU de todos los tipos de café (en miles de sacos)*

Country of origin	Brazil	Colombia	Vietnam	Mexico	Guatemala	Indonesia	Costa Rica	Peru	Germany	Canada
País de origen	*Brasil*	*Colombia*	*Vietnam*	*México*	*Guatemala*	*Indonesia*	*Costa Rica*	*Perú*	*Alemania*	*Canadá*
1997	2 617	3 307	1 367	3 148	1 923	1 328	609	652	422	378
1998	2 982	3 566	1 512	2 735	1 565	1 274	777	774	497	804
1999	5 121	3 479	1 253	3 388	2 150	724	804	767	487	715
2000	2 991	3 243	2 500	3 868	2 380	693	795	870	502	684
2001	3 287	3 334	2 914	2 226	2 041	888	922	692	561	596
2002	5 308	3 643	1 899	2 246	1 627	759	994	842	588	629
2003	5 629	3 929	1 838	1 740	2 023	966	916	807	617	675
2004	4 749	3 772	2 818	1 789	1 624	1 636	958	794	825	611
2005	4 802	4 167	3 102	1 705	1 753	1 600	921	589	892	607
2006	5 108	3 985	2 806	1 891	1 655	1 677	752	850	964	515
2007	5 333	4 119	3 236	1 837	1 816	1 123	824	920	822	445
2008	5 360	4 324	2 398	1 777	1 902	1 352	954	963	833	410
2009	5 989	3 543	2 876	2 027	1 740	1 319	751	854	772	462
2010	6 666	3 155	3 833	1 789	1 312	1 352	716	884	630	603
Average 1997 - 2010										
Media 1997 - 2010	**4 710**	**3 683**	**2 454**	**2 298**	**1 822**	**1 192**	**835**	**804**	**672**	**581**
Percentage in the period 1997 - 2010										
Porcentaje en el período 1997 - 2010	**20,6%**	**16,1%**	**10,7%**	**10,0%**	**8,0%**	**5,2%**	**3,7%**	**3,5%**	**2,9%**	**2,5%**

didiesse
macchine per caffè

MADE IN ITALY

TUTTO ... A PORTATA DI MANO
COL MASSIMO CONTROLLO

Traversa Aia Tonda, 52 - 80147 Napoli (Italia) | tel. +39 081 19566349 - fax +39 081 0605866 | www.didiessesrl.eu - info@didiessesrl.eu

Table 4) relies increasingly on Brazil for its imports (+153%, from 2,555,000 to 6,465,000 bags). Vietnamese coffee shot up from less than a million bags in 1997 to 3,386,000 in 2010 (+250%). Though Columbian exports travelled in the opposite direction (down to just 378,000 bags in 2010) in average terms Colombia remained Germany's third biggest supplier. Peru and Honduras consolidated their respective shares towards the end of the period in consideration.

Japan

Japanese imports rose from 5.9 million bags in 1997 to 7.4 million in 2010. While

Alemania

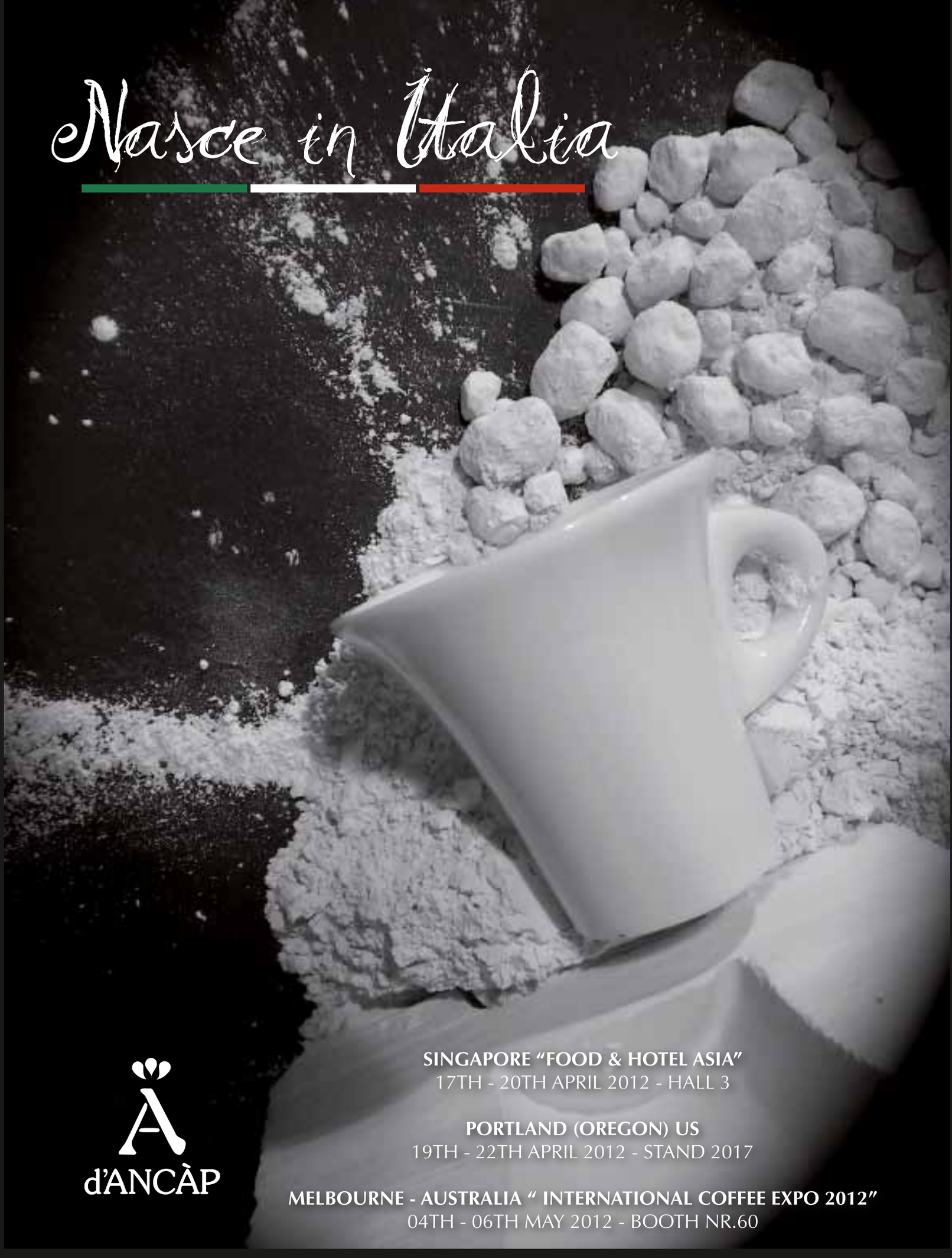
Las importaciones crecieron un 31,5%, y pasaron de algo menos de 14 millones de sacos en 1997, a 20,6 en 2010. Al igual que ocurría con EEUU, Alemania (véase la **tabla 4**) también recurrió cada vez más a Brasil (+153%, es decir, de 2,555 a 6,465 millones de sacos). Además, las cantidades provenientes de Vietnam aumentaron vertiginosamente, y en 2010 se alcanzaron 3,386 millones de sacos, frente a la cifra de menos de un millón de sacos de 1997 (+250%). Colombia se derrumbó con apenas 378.000 sacos en 2010, pero a pesar de todo sigue siendo el tercer proveedor, si se considera

Table 4 – All forms of coffee imports in Germany (thousands of bags) / *Tabla 4 – Importaciones de Alemania de todos los tipos de café (en miles de sacos)*

Country of origin *País de origen*	Brazil *Brasil*	Vietnam *Vietnam*	Colombia *Colombia*	Indonesia *Indonesia*	Peru *Perú*	Honduras *Honduras*	Ethiopia *Etiopía*	El Salvador *El Salvador*	Papua New Guinea *Papúa Nueva Guinea*	Guatemala *Guatemala*
1997	2 555	967	2 086	866	370	412	531	1 185	469	500
1998	2 451	1 125	2 323	900	439	482	658	720	635	439
1999	3 610	1 105	1 821	752	754	413	447	713	773	513
2000	2 789	1 357	1 458	764	664	593	652	704	527	622
2001	3 610	1 933	1 659	914	753	593	206	560	528	541
2002	4 673	1 795	1 567	945	830	636	419	443	494	294
2003	4 606	1 933	1 644	1 000	756	623	604	338	626	358
2004	4 536	2 969	1 436	1 038	916	787	730	496	554	274
2005	4 423	2 549	1 495	1 405	742	673	677	441	478	283
2006	4 923	3 103	1 574	1 034	1 247	974	655	429	385	294
2007	5 010	3 907	1 522	791	1 036	902	579	448	325	266
2008	5 360	2 863	1 437	1 539	1 132	1 056	787	523	552	340
2009	6 090	2 962	631	1 395	1 219	1 092	759	488	413	209
2010	6 465	3 386	378	1 095	1 336	1 131	929	437	380	254
Average 1997 - 2010 ***Media del período* 1997 - 2010**	**4 364**	**2 282**	**1 502**	**1 031**	**871**	**740**	**617**	**566**	**510**	**370**
Percentage in the period 1997 - 2010 ***Porcentaje en el período* 1997 - 2010**	**26,1%**	**13,7%**	**9,0%**	**6,2%**	**5,2%**	**4,4%**	**3,7%**	**3,4%**	**3,1%**	**2,2%**

Table 5 – All forms of coffee imports in Japan (thousands of bags) / *Tabla 5 – Importaciones de Japón de todos los tipos de café (en miles de sacos)*

Country of origin *País de origen*	Brazil *Brasil*	Colombia *Colombia*	Indonesia *Indonesia*	Vietnam *Vietnam*	Guatemala *Guatemala*	Ethiopia *Etiopía*	Honduras *Honduras*	Tanzania *Tanzania*	Mexico *México*	Costa Rica *Costa Rica*
1997	1 507	1 139	1 130	267	282	295	219	128	175	79
1998	1 529	1 104	1 040	317	318	387	248	136	138	71
1999	1 765	1 134	1 182	391	435	404	227	137	169	75
2000	1 744	1 245	1 186	422	469	446	278	142	188	119
2001	1 849	1 191	1 140	496	522	410	252	150	182	110
2002	1 852	1 507	982	509	563	539	180	113	161	125
2003	1 954	1 291	983	375	455	535	151	143	140	144
2004	1 876	1 597	1 032	431	460	632	126	144	134	141
2005	2 097	1 638	959	472	556	508	95	167	105	122
2006	2 216	1 516	1 069	524	463	647	138	168	55	99
2007	2 214	1 293	870	742	417	490	103	101	64	116
2008	1 889	1 483	912	918	584	142	125	134	61	107
2009	2 119	1 345	922	975	558	21	106	234	49	73
2010	2 314	1 361	1 029	926	574	172	106	176	59	70
Average 1997 - 2010 ***Media del período 1997 - 2010***	**1 923**	**1 346**	**1 031**	**555**	**475**	**402**	**168**	**148**	**120**	**104**
Percentage in the period 1997 - 2010 ***Porcentaje en el período 1997 - 2010***	**27,6%**	**19,3%**	**14,8%**	**8,0%**	**6,8%**	**5,8%**	**2,4%**	**2,1%**	**1,7%**	**1,5%**



d'ANCÀP

SINGAPORE "FOOD & HOTEL ASIA"
17TH - 20TH APRIL 2012 - HALL 3

PORTLAND (OREGON) US
19TH - 22TH APRIL 2012 - STAND 2017

MELBOURNE - AUSTRALIA " INTERNATIONAL COFFEE EXPO 2012"
04TH - 06TH MAY 2012 - BOOTH NR.60

Ancap S.p.A via Libia,1 - 37066 Sommacampagna (Verona) - Italy Tel. +39 045 82 93 088 - Fax + 39 045 51 54 95
E-mail: torrefazione.bar@ancap.it
www.ancap.it

substantial increases were recorded by Brazil (+53.5%) and Vietnam (+247%), the market shares held by Colombia and Indonesia remained basically stable (see **Table 5**). Despite the increase in total consumption over the period in question, per capita coffee consumption in a population of 128 million remained below the average figure for the world's major markets. Instant coffee registered a drop in its market share from 38.4% to 32.2%.

Italy

Italy recorded a noteworthy increase in consumption (+43.4% between 1997 and 2010), which consolidated its position as the world's third biggest importer, totalling over 8.2 million bags in 2010 (though this figure does not match that given by the Comitato Italiano Caffè). Brazil's share of this market increased from about a quarter to a third, a result achieved on the strength of an 86% rise from 1,435,000 to 2,670,000 bags (see **Table 6**). Imports from Vietnam totalled more than a million and a half bags, registering a remarkable increase of 360% over the period in question. India more than doubled its total, crossing the threshold of a million bags in 2010. At the other end of the scale a substantial contraction was recorded for Italy's traditional African suppliers, especially Cameroon and Ivory Coast. Consumption (see **Table 7)** in re-

la media histórica analizada. Por último, Perú y Honduras fueron consolidando sus cuotas de mercado a finales del pasado decenio.

Japón

Sus importaciones crecieron, y pasaron de 5,9 millones de sacos en 1997, a 7,4 millones en 2010. En términos absolutos también aquí aumentaron sobremanera Brasil (+53,5%) y Vietnam (+247%), aunque se observan cifras más estables en lo que atañe a Colombia e Indonesia (véase la **tabla 5**). A pesar de que durante el período examinado el consumo pasó de casi 6 millones a 7,4 millones, el consumo per cápita, teniendo en cuenta que Japón tiene una población de 128 millones de habitantes, sigue estando por debajo de la media de los principales mercados mundiales. Si nos fijamos en el tipo de café, el soluble bajó del 38,4% al 32,2%.

Italia

La progresión de Italia en dicho período fue enorme (+43,4% entre 1997 y 2010, año en el que se alcanzaron más de 8,2 millones de sacos), y gracias a ello continuó ocupando la tercera posición mundial en lo que se refiere a los países importadores (nótese que este dato no coincide con el que ofreció el Comité Italiano del Café). La cuota de Brasil pasó de aproxi-

Table 6 – All forms of coffee imports in Italy (thousands of bags) / *Tabla 6 – Importaciones de Italia de todos los tipos de café (en miles de sacos)*

Country of origin *País de origen*	Brazil *Brasil*	Vietnam *Vietnam*	India *La India*	Indonesia *Indonesia*	Cameroon *Camerún*	Uganda *Uganda*	Colombia *Colombia*	Ivory Coast *Costa de Marfil*	Guatemala *Guatemala*	Germany *Alemania*
1997	1 435	329	418	292	432	351	248	552	165	69
1998	1 454	505	505	258	335	162	235	731	132	68
1999	1 531	704	515	326	408	260	238	269	152	58
2000	1 626	810	574	221	562	303	210	308	164	72
2001	1 778	863	567	246	635	255	226	365	205	73
2002	2 071	907	633	254	397	298	235	230	149	162
2003	2 444	832	698	377	276	339	245	178	197	191
2004	2 356	901	842	369	336	250	253	173	208	209
2005	2 434	981	747	485	297	245	351	143	152	241
2006	2 571	1 118	896	467	250	146	401	128	172	228
2007	2 642	1 362	962	326	250	283	414	115	181	250
2008	2 653	1 323	783	400	202	486	405	91	208	248
2009	2 654	1 366	738	520	164	548	211	54	191	242
2010	2 670	1 516	1 002	453	185	380	86	79	227	247
Average 1997 - 2010 *Media del período 1997 - 2010*	**2 166**	**965**	**706**	**357**	**338**	**308**	**268**	**244**	**179**	**168**
Percentage in the period 1997 - 2010 *Porcentaje en el período 1997 - 2010*	**30,9%**	**13,8%**	**10,1%**	**5,1%**	**4,8%**	**4,4%**	**3,8%**	**3,5%**	**2,5%**	**2,4%**

I.G.V. srl
Strada Padana Superiore 1 - 20060 Cassina De' Pecchi (Mi) - Italy
Tel. +39 0295344502 - Fax +39 0295344504 - www.igv.it - igv@igv.it

cent years has been steady at about 5.7-5.8 million bags, corresponding over the whole period to an average per capita of 5.4 kilos a year. One interesting trend is the share accounted for by instant coffee: though not high, it rose from 4.4% in 1997 to 7.8% in 2010.

France

In 2010 the volumes imported by France from its biggest suppliers, Brazil and Vietnam, were similar to those of 1997 (see **Table 8**). Two significant trends over the whole period were the increase in the quantities of coffee re-exported to other countries (Germany and Belgium in particular) and the drastic reduction in supplies coming from the traditional source of Ivory Coast. Consumption in 2010 was estimated at 5.9 million bags, with a 14-year average of 5.4 million, corresponding to a per capita figure of 5.3 kilos a year. Instant coffee accounted for 12.1% of the total, showing a slight rise over the last two years.

Spain

Spanish coffee imports from Vietnam and Brazil increased by 242% and 77.5% respectively, together accounting for about half of the total by the end of the period in question. Steady growth was also registered by coffee coming from Germany, while volumes exported by Uganda

Table 7 – Total consumption in Italy (thousands of bags) / *Tabla 7 – Consumo total de Italia (en miles de sacos)*

	Roasted *Torrefacto*	Instant *Soluble*	Total *Total*
1997	4 695	218	4 913
1998	4 708	228	4 936
1999	4 690	229	4 919
2000	4 899	250	5 149
2001	4 969	275	5 243
2002	4 904	279	5 182
2003	5 200	307	5 507
2004	5 160	309	5 469
2005	5 212	340	5 552
2006	5 228	365	5 593
2007	5 420	401	5 821
2008	5 475	417	5 892
2009	5 367	439	5 806
2010	5 321	461	5 781
Average *Media*	**5 089**	**323**	**5 412**
Average share 1997-2010 *Media del período 1997-2010*	**94,0%**	**6,0%**	

madamente un cuarto a casi un tercio del total, lo que representó un crecimiento en términos absolutos del 86% (de 1,435 a 2,67 millones de sacos, tal y como se indica en la **tabla 6**). Las exportaciones de Vietnam hacia Italia supusieron nada más y nada menos que un +360%, lo que equivale a más de un millón y medio de sacos. Las importaciones de La India aumentaron más del doble, y superaron en 2010 el umbral del millón de sacos. Además, no podemos perder de vista que durante ese período algunos proveedores africanos tradicionales (como Camerún y Costa de Marfil) experimentaron una fuerte caída. Asimismo, el consumo (véase la **tabla 7**) se situó en el período analizado en torno a los 5,7-5,8 millones de sacos, lo que representa una cifra media per cápita de 5,4 kg por habitante. Por último hemos de comentar que la cuota del soluble, aunque sigue siendo baja, se incrementó desde el 4,4% de 1997, hasta el 7,8% de 2010.

Francia

Se sabe que Francia importó en 2010 de sus dos principales suministradores, Brasil y Vietnam, una cantidad de café parecida a la de 1997 (véase la **tabla 8**). Sin embargo, durante el pasado decenio se produjo un fuerte aumento de las cantidades procedentes de reexportaciones de otros países importadores como Bélgica y Alemania, pero también un drástico descenso en lo que concierne a las importaciones de Costa de Marfil, un suministrador histórico. Asimismo, se cree que en 2010 se consumieron 5,9 millones de sacos, lo que significa una media de 5,4 en los catorce años, esto es, una cifra per cápita de 5,3 kg por habitante. Por último, hemos de indicar que el café soluble, que aumentó ligeramente en los dos últimos años examinados, representa el 12,1% del total.

España

Las importaciones de Vietnam y Brasil se incrementaron respectivamente un 242% y un 77,5%, y constituyeron aproximadamente la mitad del total. Asi-

nuova POINT
SINCE 1979
LE CHIAVI DEL SUCCESSO
DI UN'AZIENDA LEADER:
QUALITÀ, ESPERIENZA, SERVIZIO.
KEY TO SUCCESS OF A LEADING FIRM:
QUALITY, ESPERIENCE, SERVICE.
Nuova Point s.r.l.
Loc. Prataroni Z.I. - 01033 Civita Castellana (VT) Italy
Tel. +39_0761 540 618 - Fax +39_0761 540 628
www.nuovapoint.it
em@il: nuovapoint@nuovapoint.it

dropped sharply (see **Table 9**). Average consumption over the whole period was about 3 million bags (of which 17.5% was in the form of instant coffee), with a per capita figure of about 4.3 kilos a year.

Russia

Of all the countries examined Russia recorded by far the biggest increase in consumption, virtually doubling its total over the 14-year period (+97%): from 1,857,000 bags in 1997 to 3,660,000 in 2010. Per capita consumption, however, remained modest at about 1.5 kilos a year. Instant coffee continued to predominate, but roasted coffee increased its share from 5.9% to 15% of the total. India, traditionally Russia's main supplier, was overtaken by Brazil, and Vietnamese imports also made considerable inroads (see **Table 10**).

Great Britain

With a population of 65 million and an annual consumption of about 3.1 million bags, Britain continued to lag behind the per capita averages recorded by other developed countries. The British market has nonetheless been highly dymanic, recording an increase of 28% over the period in question, driven largely by the nationwide proliferation of coffee shops. Instant coffee continued to hold the lion's

mismo, si por un lado aumentaron las cantidades procedentes de Alemania, por otro se produjo una fuerte inflexión en las importaciones de Uganda (véase la **tabla 9**). Por último, el consumo medio se situó en torno a los 3 millones de sacos (el 17,5% de café soluble), lo que se traduce en una cifra per cápita de unos 4,3 kg por habitante.

Federación Rusa

De entre los ocho países estudiados, nos situamos ante el que sin duda alguna experimentó la mayor expansión del consumo, ya que este casi se duplicó en los catorce años (+97%), y alcanzó en 2010 la cifra de 3,66 millones de sacos, frente a 1.857.000 sacos de 1997. Sin embargo, la cifra per cápita sigue siendo aún baja (aproximadamente 1,5 kg por habitante). El tipo de café predominante es el soluble, pero el torrefacto aumentó considerablemente y pasó del 5,9% al 15% del total. Además de La India, el suministrador tradicional de la Federación, otros países importadores fueron Brasil (el Estado al que compraron más café) y Vietnam (véase la **tabla 10**).

Reino Unido

En esta nación, que cuenta con una población de 65 millones de habitantes que consumen unos 3,1 millones de sacos, el

Table 8 – All forms of coffee imports in France (thousands of bags) / *Tabla 8 – Importaciones de Francia de todos los tipos de café (en miles de sacos)*

Country of origin *País de origen*	Brazil *Brasil*	Vietnam *Vietnam*	Belgium *Bélgica*	Germany *Alemania*	Colombia *Colombia*	Ivory Coast *Costa de Marfil*	Italy *Italia*	Spain *España*	Ethiopia *Etiopía*	Uganda *Uganda*
1997	955	494		319	596	758	274	74	116	386
1998	895	502		371	716	729	301	83	136	210
1999	1 074	677	741	409	547	476	313	81	139	335
2000	1 002	700	718	473	393	648	323	93	162	204
2001	1 120	953	696	494	403	766	209	153	133	123
2002	1 327	907	722	549	337	516	333	207	162	158
2003	1 262	930	773	627	327	268	328	190	159	190
2004	1 077	661	796	687	270	221	339	224	169	119
2005	1 019	529	982	643	226	153	327	273	176	96
2006	1 065	592	807	752	273	117	376	244	193	49
2007	1 049	819	546	879	306	63	365	283	182	123
2008	918	545	579	1 002	321	34	363	310	168	118
2009	1 001	669	955	985	282	30	311	170	182	87
2010	932	498	1 051	1 087	187	89	331	210	240	63
Average 1997 - 2010 *Media del período 1997 - 2010*	**1 050**	**677**	**669**	**663**	**370**	**348**	**321**	**185**	**166**	**162**
Percentage in the period 1997 - 2010 *Porcentaje en el período 1997 - 2010*	**16,2%**	**10,4%**	**10,3%**	**10,2%**	**5,7%**	**5,4%**	**4,9%**	**2,9%**	**2,5%**	**2,5%**

italmill®
GRINDING
TECHNOLOGY

FOODFRIENDLY®
SOLO PURO CAFFÈ

italmill. GRINDING TECHNOLOGY

Via Vecchia Postale, 41/43 - 24051 Antegnate (BG) - Italy
Tel. +39.0363.914161 - Fax +39.0363.914650
email: italmill@italmill.it

www.italmill.it

share of the market, though roasted coffee registered a considerable increase in its share (from 15.8% to 24.9%). The biggest exporter of coffee to Britain (see **Table 11**) is now Germany (722 million bags in 2010), which has overtaken Brazil and Vietnam.

A nation of connoisseurs

Figures partially different and in some ways even more positive have emerged from a recent survey carried out by renowned British analysts Allegra Strategies. They found that 65% of interviewees were faithful to instant coffee, but no fewer than 54% stated that they also (or exclusively) drank ground coffee. A significant percentage were also found to use single-dose packages or coffee beans. And another 12% make caffè latte or cappuccino using instant coffee products. Ways of making coffee are becoming increasingly varied. In addition to the traditional moka coffee pot, widespread use is made of filter coffee systems and espresso machines.

These developments in home coffee consumption have done nothing to dent the business of caterers, whose turnover is rising despite the hard economic times. According to the survey, about one Briton in ten regularly visits a coffee shop and 39% of the interviewees stated that they now patronise this type of outlet

consumo per cápita siguió estando lejos de la media de los países desarrollados. Pero este hecho no impidió que en dicho mercado se registrara un fuerte dinamismo desde la segunda mitad de los años noventa hasta 2010 (+28% entre 1997 y 2010), algo a lo que también contribuyó la moda de las cafeterías, un verdadero fenómeno social que está extendido por todo el país. Allí continuó dominando el café soluble, pero la cuota del torrefacto se incrementó sobremanera, y pasó del 15,8% al 24,9%. La mayor parte de las importaciones (véase la **tabla 11**) provino de Alemania (722.000 sacos en 2010), que superó a Brasil y Vietnam.

Un país de expertos

Si leemos un reciente estudio de Allegra Strategies nos encontramos con datos en parte diferentes y mucho más optimistas. En efecto, según una encuesta realizada por la famosa sociedad de análisis inglesa, el 65% de los encuestados se declaró fiel al café soluble, pero nada más y nada menos que el 54% respondió que también consumía a veces (o incluso lo hacía de forma exclusiva) café torrefacto molido. Asimismo, otro porcentaje importante sostiene que utiliza café en granos o en porciones. Por último, el 12% emplea preparados instantáneos para café con leche o capuchino.

Los métodos de preparación también

Table 9 – All forms of coffee imports in Spain (thousands of bags) / *Tabla 9 – Importaciones de España de todos los tipos de café (en miles de sacos)*

Country of origin *País de origen*	Vietnam *Vietnam*	Brazil *Brasil*	Uganda *Uganda*	Germany *Alemania*	Colombia *Colombia*	Ivory Coast *Costa de Marfil*	India *La India*	Indonesia *Indonesia*	Honduras *Honduras*	Nicaragua *Nicaragua*
1997	461	539	788	111	300	159	94	216	88	57
1998	596	555	554	112	334	218	126	119	116	61
1999	563	801	627	274	297	83	215	146	132	64
2000	772	591	409	141	266	229	235	67	121	77
2001	1 107	705	382	166	237	302	201	74	98	97
2002	977	1 014	459	211	254	152	172	38	85	95
2003	962	871	499	242	280	236	211	84	101	90
2004	1 293	698	352	254	242	231	232	86	89	114
2005	1 429	762	324	322	239	308	172	114	76	83
2006	1 579	739	228	435	293	208	161	95	77	83
2007	1 758	861	256	384	323	215	171	31	80	103
2008	1 551	1 018	311	353	333	127	165	38	107	98
2009	1 579	913	297	418	241	148	115	200	65	98
2010	1 578	957	246	521	207	199	143	169	81	113
Average 1997 - 2010 *Media del período 1997 - 2010*	**1 157**	**788**	**410**	**282**	**275**	**201**	**172**	**106**	**94**	**88**
Percentage in the period 1997 - 2010 *Porcentaje en el período 1997 - 2010*	**27,0%**	**18,3%**	**9,5%**	**6,6%**	**6,4%**	**4,7%**	**4,0%**	**2,5%**	**2,2%**	**2,1%**

INDUSTRIA MACCHINE FERRARESE

IMF s.r.l

da più di 20 anni

specialisti in macchine ed impianti per torrefazione

I.M.F. significa ingegneria, costruzione e montaggio.

I.M.F. si occupa di progettazione e costruzione di macchinari e impianti completi per l'industria del caffè e similari.

La ventennale esperienza dei propri tecnici ha originato una linea di componenti moderni e tecnologicamente avanzati.

45030 OCCHIOBELLO (RO) - Italy - Via Scienze, 6 - Tel/Phone +39 0425 760109 - Fax +39 0425 761126

postmaster@imf-srl.com www.imf-srl.com

more often than a year ago. The recession has certainly had an effect, reducing the amount that the average customer is prepared to spend (from £3.50 in 2010 to £3.18 in 2011) and the consumption of allied products, but such modest contractions have not compromised what remains a positive trend.

Between 2005 and 2011 the value of the coffee-shop market doubled, reaching a total of £2.1 billion, and the most optimistic projections indicate that turnover could rise to as much as £7 billion by the middle of the decade. The three market leaders – Costa Coffee (with about 1,300 outlets), Starbucks (750) and Caffè Nero (400) – together account for more than half (52%) the market. A substantial role is also played by non-specialist businesses such as the JD Wetherspoon pub chain, which serves Lavazza coffee.

Independent outlets are also doing quite well, while the survey estimates that in coming years medium-sized chains, along with small operations without an adequate focus on quality, will run the risk of being squeezed out by their big competitors.

Allegra Strategies executive director Jeffrey Young thinks that her Britannic Majesty's subjects are becoming a nation of coffee connoisseurs. "The spread of good food culture has speeded up in

son cada vez más diferentes, ya que aparte de las clásicas cafeteras (32%), también están muy difundidos los sistemas de café de filtro y las máquinas de café expreso.

La evolución que está llevándose a cabo en el canal doméstico no le resta importancia al café que se consume fuera de casa, ya que el volumen de ventas de este último continúa aumentando, a pesar del difícil momento económico actual. Así, según Allegra Strategies, más o menos uno de cada diez ingleses acude todos los días a las cafeterías, y el 39% de las personas encuestadas sostiene que las visita con más frecuencia que hace un año.

Pero sin duda alguna la crisis está dejando huella, ya que por su culpa los clientes normales siguen reduciendo parcialmente sus gastos (nótese que en 2011 solo estaban dispuestos a gastar de media 3,18 libras esterlinas, frente a las 3,50 de

Table 10 – All forms of coffee imports in the Russian Federation (thousands of bags) / *Tabla 10 – Importaciones de la Federación Rusa de todos los tipos de café (en miles de sacos)*

Country of origin *País de origen*	India *La India*	Brazil *Brasil*	Germany *Alemania*	Vietnam *Vietnam*	Great Britain *Reino Unido*	France *Francia*	Indonesia *Indonesia*	Colombia *Colombia*	Poland *Polonia*	Ecuador *Ecuador*
1997	626	323	240	1	4	107	81	13	45	5
1998	732	230	224	0	2	57	137	17	19	5
1999	771	63	166	20	1	24	7	7	10	3
2000	1 001	74	218	65	20	74	72	6	33	9
2001	1 003	393	542	102	120	115	78	33	67	14
2002	919	516	955	120	125	122	63	19	21	24
2003	757	417	863	120	146	232	63	33	40	39
2004	753	521	497	67	194	86	27	119	80	45
2005	680	562	503	135	170	30	49	117	121	89
2006	634	578	519	347	154	86	35	125	164	125
2007	708	929	625	394	155	129	34	198	210	206
2008	570	824	426	403	128	74	135	224	155	204
2009	496	768	150	334	82	56	317	157	80	133
2010	643	871	232	538	58	69	154	117	58	170
Average 1997 - 2010 ***Media del período 1997 - 2010***	**735**	**505**	**440**	**189**	**97**	**90**	**89**	**85**	**79**	**77**
Percentage in the period 1997 - 2010 ***Porcentaje en el período 1997 - 2010***	**23,8%**	**16,4%**	**14,3%**	**6,1%**	**3,1%**	**2,9%**	**2,9%**	**2,7%**	**2,6%**	**2,5%**

adriano.avanzini@alice.it

LaPiccola
GRANDE ITALY

MACCHINE A CIALDE - PODS MACHINES

CIALDE TE' - TEA PODS

CONFEZIONAMENTO - PRIVATE LABEL

info@lapiccola.it
www.lapiccola.it

QUALITÀ ARTIGIANALE ITALIANA
100%
MADE IN
ITALY

the last five years," he said. "Our palates are much more refined and consumers' tastes have improved."

Out of home

How are the volumes detailed above divided between home consumption and coffee drunk out of home? The last section of the ICO study analyses this factor country by country. The figures provide a highly varied picture of situations and trends, whose proper interpretation would require a detailed analysis of the circumstances obtaining in each individual country. On the basis of the data available, however, some basic trends can be identified.

The highest proportion of home consumption is registered in Russia (89.4% in 2010). However, considering that in 1997 out-of-home consumption accounted for a mere 5.9% of the total, it is definitely gaining ground. The most convivial nation appears to be Spain. In 2010 no less than 45.7% of total consumption (in volume terms) was out of home, compared with 43.2% in 1997 and an all-time high of 46.5% recorded in 2008 .

Out-of-home also accounts for substantial percentages in Japan, (35.8% two years ago, after going close to 38% in 2007), Great Britain (29.4%, with a high of 32% in 2004) and Italy. The latter country, it has to be said, has recorded

2010) y el consumo de otros productos relacionados con el café. No obstante se trata de variaciones limitadas, que no comprometen una tendencia que en el fondo es siempre positiva.

Entre 2005 y 2011 el valor de mercado de las cafeterías se duplicó, y alcanzó los 2.100 millones de libras. Además, las proyecciones más optimistas indican que el volumen de ventas podría situarse nada más y nada menos que en 7.000 millones antes de la segunda mitad del presente decenio.

Los tres líderes del mercado (Costa Coffee con unos 1.300 establecimientos, Starbucks con 750 y Caffè Nero con 400) dominan la escena, y controlan algo más de la mitad del mercado (el 52%). Por su parte, el papel de las empresas no especializadas como, por ejemplo, la cadena de pubs JD Wetherspoon (que sirve café Lavazza) es también muy importante. También sigue creciendo el público de los locales independientes.

Pero según el estudio, los que sufrirán las mayores presiones a lo largo de los próximos años serán las cadenas medianas, ya que al igual que puede ocurrir con los pequeños empresarios que no presten la atención suficiente a la calidad, corren el riesgo de quedar fuera del mercado por culpa de los grandes competidores.

Según Jeffrey Young, director ejecutivo de Allegra Strategies, los ciudadanos

Tab. 11 – All forms of coffee imports in Great Britain (thousands of bags) / *Tabla 11 – Importaciones de Reino Unido de todos los tipos de café (en miles de sacos)*

Country of origin *País de origen*	Vietnam *Vietnam*	Germany *Alemania*	Brazil *Brasil*	Colombia *Colombia*	Holland *Holanda*	Indonesia *Indonesia*	Spain *España*	Ireland *Irlanda*	France *Francia*	Italy *Italia*
1997	403	383	190	276	175	201	56	12	65	34
1998	557	364	183	292	189	156	63	20	80	36
1999	444	402	207	253	139	221	40	18	56	39
2000	550	490	177	245	140	178	72	31	87	44
2001	588	534	245	247	116	179	83	24	178	57
2002	331	530	581	343	118	205	37	54	45	58
2003	447	329	451	306	155	235	55	183	39	75
2004	661	344	498	282	144	164	64	212	62	109
2005	394	416	400	305	229	328	195	183	45	86
2006	409	555	445	375	556	273	274	206	56	96
2007	550	442	539	470	312	124	270	111	55	90
2008	489	472	537	472	603	143	269	14	73	99
2009	444	569	641	348	488	196	243	42	97	94
2010	460	722	510	297	259	338	258	43	182	110
Average 1997 - 2010										
Media del período 1997 - 2010	**480**	**468**	**400**	**322**	**259**	**210**	**141**	**82**	**80**	**73**
Percentage in the period 1997 - 2010										
Porcentaje en el período 1997 - 2010	**14,0%**	**13,6%**	**11,7%**	**9,4%**	**7,6%**	**6,1%**	**4,1%**	**2,4%**	**2,3%**	**2,1%**

PANAFE

www.panafe.com

venditalia International Vending Exhibition 2012

From 9 to 12 May 2012

FieraMilanoCity

Hall 4, Stand C41-D68

PANAFE' Espresso Coffee Machines for Capsules & Paper Pods

is a brand

COMMERCIALE ADRIATICA SRL

www.commercialeadriatica.com

info@panafe.com

a steady contraction, diminishing from 31.2% in 1997 to 24.4% in 2010 and averaging out at 28.1% (though here too, in our view the figures should not be taken as definitive).
On the strength of the 2010 figures, home consumption accounts for the lion's share in Germany, (85.9%), the United States (81.2%, though out-of-home has increased from 16.2% since 1997) and France (82.3%).

Home sweet home

Despite the global success of the coffee shop in the 1990s and the early years of the last decade, then, home consumption easily outstrips out-of-home in almost every market. In addition to the combined effect of the recession and rising coffee prices, the ICO study puts this down to the increasing popularity of pod and capsule coffee machines, which

de Reino Unido están convirtiéndose en un grupo de "expertos" en café. Según Young, "la difusión de la cultura de la comida ha experimentado una mayor aceleración en los últimos cinco años. Así, nuestros paladares se han perfeccionado mucho, y el gusto de los consumidores ha mejorado".

El café que se consume fuera de casa

Si se tienen en cuenta los datos anteriores, ¿qué cantidad de café se consume en casa y qué cantidad se bebe fuera? La última parte del estudio de la OIC está dedicada a este aspecto, y en ella se analiza la situación de cada país. Si se examinan todos esos datos se observa que las situaciones y las dinámicas son muy diferentes, y que para interpretarlas correctamente se necesitaría efectuar estudios más específicos y detallados

PRO.VE.MA. NEWS

"Record Export 2010"

La Camera di Commercio di Pavia ha riconosciuto alla PROVEMA il premio medaglia d'oro per l'export

Premiate le aziende che nel 2010 si sono distinte per il loro impegno nel settore internazionale, accrescendo la propria competitività e favorendo la promozione sui mercati mondiali del Made in Italy. Il premio ha come principale obiettivo quello di valorizzare le eccellenze e le buone pratiche di internazionalizzazione, offrendo visibilità alle imprese partecipanti che hanno saputo affrontare con successo i mercati internazionali. PROVEMA rientra a pieno titolo tra queste imprese, raggiungendo nel 2010 il 70% di export.

Provema leader nel packaging

Importante rappresentanza del marchio EFFYTEC

EFFYTEC è un'azienda leader nella tecnologia e nella produzione di macchine orizzontali per il confezionamento in bustine e sacchetti di tutti i tipi di prodotti in molti settori: alimentari, cosmetici, farmaceutici . Una società nata da una grande squadra di professionisti altamente qualificati con oltre 30 anni di esperienza nel settore. L'esperienza PROVEMA, insieme a EFFYTEC, permette di fornire la soluzione ottimale per ogni cliente, alta qualità e innovazione nel contenitore, con le più elevate prestazioni. Lo spirito di costante miglioramento della tecnologia ha posto EFFYTEC come riferimento internazionale nel settore del packaging. Per un prodotto di successo nel mercato, la sua qualità è la migliore garanzia, tuttavia è la confezione la chiave del successo. Consapevole di questo, EFFYTEC si è sempre impegnata nella ricerca e nell'innovazione tecnologica, nell'ideazione di nuovi progetti di packaging e di sistemi che forniscono soluzioni alle esigenze della domanda attuale e futura. EFFYTEC e PROVEMA assicurano un servizio a 360 gradi nella scelta della macchina confezionatrice con il supporto di tecnici e personale specializzato per fornire soluzioni complete e personalizzate, offrendo così garanzia di successo.

Inever e Provema, Stick-Pack

Il confezionamento del futuro su misura

INEVER è specializzata in progettazione e costruzione di macchine confezionatrici verticali Stick Pack, con la prerogativa di essere modellate su misura alle particolari necessità del cliente, assicurando uno studio di progetto tale da garantire un ottimo risultato finale.
PROVEMA con questa nuova rappresentanza offre una gamma di confezionatrici per l'industria alimentare e farmaceutica di alta produzione e massima qualità, il tutto ad un prezzo competitivo.

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

enable consumers to make a coffee of acceptable quality at home and make a considerable saving. In our view the latter factor carries less weight in Italy, where the price of a coffee in a bar (especially if drunk standing) remains low, partly as a result of the efforts made by roasters and caterers, who have pared their profit margins to the bone. The analysis also fails to differentiate between the various types of catering outlet. Nor is any mention made of the role played by vending machines, whose scope (as shown in a number of recent surveys) is expanding well beyond its previous limits, making increasing inroads into the Horeca distribution channel.

Conclusions

Roasted is the predominant form of coffee consumed in six of the eight countries featured in the analysis. As noted above, instant coffee continues to rule the roost in Great Britain and the Russian Federation, though there too it has recently lost some ground to roasted coffee. Technological advances and the availability of an increasing range of domestic coffee machines which are easy to use (by virtue of the development of various single-portion systems) have boosted home consumption. According to the survey the expansion of Internet sales may do further damage to the out-of-home market.

sobre cada nación. De todos modos vamos a intentar aclarar algunas tendencias generales, que se deducen de las estadísticas de las que disponemos.

Así, en la Federación Rusa es donde más café se consume en casa (89,4% en 2010), aunque las cifras relativas al café que se bebe fuera están aumentando y marcando una tendencia positiva (sobre todo si se comparan con las de 1997, que apenas representaban el 5,9% del total). Los más sociables son los españoles, ya que en España en el año 2010 el 45,7% del consumo (en términos de volumen) se realizó fuera de casa, frente al 43,2% de 1997, y frente al máximo histórico del 46,5% que se registró en 2008. También se tomaba mucho café fuera de casa en Japón (35,8% hace tres años, después de haber rozado el 38% en 2007), en Reino Unido (29,4%, con un máximo histórico del 32% en 2004) y en Italia, país en el que de todas maneras se va observando una tendencia negativa, porque el consumo ha ido bajando desde el 31,2% de 1997 hasta el 24,4% de 2010. La media durante el período analizado fue del 28,1%, aunque en este caso también creemos que los datos que se dan cita en el estudio han de considerarse a beneficio de inventario.

Basándonos siempre en los datos anteriores, el consumo doméstico también predominó en Alemania (85,9%), Estados Unidos (81,2%, donde además el consumo de café fuera de casa aumentó un 16,2% con respecto a 1997) y Francia (82,3%).

I canal de la alimentación sigue dominando aún

A pesar de la consolidación mundial de la moda de las cafeterías durante los años noventa y los primeros años de este milenio, el consumo doméstico resulta muy superior con respecto al consumo realizado fuera de casa en casi todos los mercados. Según el estudio, esto se debe al efecto conjunto de la crisis económica y del aumento de precios, pero también a

la difusión creciente de máquinas de café que funcionan con monodosis o cápsulas, ya que gracias a ellas los consumidores pueden preparar en casa una bebida de cierta calidad, y ahorrarse algún dinero. Nosotros creemos que este último aspecto no se refleja con tanta claridad en Italia, porque allí el precio de la taza de café que se sirve en los bares (sobre todo si este se bebe de pie) sigue siendo todavía muy bajo, merced a los esfuerzos de los torrefactores y empresarios, que han reducido sus márgenes al mínimo. Además, en el análisis se echan en falta las diferencias entre las diversas clases de locales, y las referencias a la distribución automática, cuyo negocio, como demuestran varios análisis recientes, se está extendiendo por otras vías que no se han examinado aquí, y le está arrebatando poco a poco cuotas de mercado crecientes al canal Horeca. ■

Conclusiones

El café torrefacto es el claro dominador en seis de los ocho países examinados. Tal y como hemos explicado con anterioridad, las excepciones las representan Reino Unido y la Federación Rusa, donde el café soluble sigue siendo el dueño absoluto, aunque últimamente ha ido perdiendo cuota de mercado, de la que se ha apropiado el café tostado. La evolución tecnológica y la disponibilidad de una gama cada vez mayor de máquinas de café pensadas para la casa que, además, son muy fáciles de utilizar (gracias a la difusión de los diferentes sistemas que funcionan con café en porciones) han animado el consumo doméstico. Por último, en el estudio también se lee que el desarrollo de las ventas por internet podría convertirse en otro elemento que afectaría de forma negativa al mercado del café que se consume fuera de casa. ■

Our catalogues

• Cooking • Ovens
• Food preparing eqpt
• Washing eqpt • Laundry eqpt
• Coffee Machines
• Coffee grinders
• Bar eqpt • Vending eqpt
• Commercial refrigeration
• Beverage & Dispensing eqpt

Vi aspettiamo a
venditalia
Pad. **3** • Stand **B17**

LF SpA - via Voltri 80
47522 Cesena (FC) Italy
Tel. +39 0547 34 11 11
Fax +39 0547 34 11 10
info@lfricambi.it

Export Dept.:
Tel. +39 0547 34 11 50
Fax +39 0547 34 11 55
export@lfspareparts.com

Leading distributor in Europe
of spare parts for **espresso, filter and superautomatic coffee machines, coffee grinders** and **vending equipment**

Spare parts catalogue for ***Vending equipment***

New release in ***May 2012***

www.lfspareparts724.com
www.lfspareparts724.mobi

Check out the new way to look at LF catalogues also on iPad by downloading the free-of-charge application

LF Group interactive Catalogues

available on Apple iTunes website

Cama announces strategic partnership to meet record growth in cups technology

Cama: Excelencia en la tecnología de cápsulas

UNIQUE
excellence in cups technology

According to Politecnico Milan State University, the “cups containing coffee, tea and herbal tea” market, is now the fastest growing sector in the beverage market. Cama of Lecco, Italy, the world’s leader in cartoning technology and one of the early pioneers in the cup sector, have announced a brand new partnership to meet the growing demand in superior technology for high-speed packaging systems.

Cama’s partnership named UNIQUE has been created to meet this trend, forming a brand new alliance of leaders in their respective fields, comprising of three outstanding Italian companies. The Unique partnership consists of: SARONG (producing thermoforming systems), OPEM (cup filling machines) and CAMA for the cardboard packaging lines. The new consortium is now able to provide complete systems, starting from: cup thermoforming, filling, primary packaging (bag or flowpack), through to secondary (cup packaging and case packing).

Annalisa Bellante, Cama’s Marketing Manager, added: “Cama is not new to this

Según la información proporcionada por la Universidad Pública Politécnico de Milán “el mercado de cápsulas de café, té y té de hierbas es actualmente el sector de más rápido crecimiento en el mercado de bebidas”. La firma Cama de Lecco (Italia), líder mundial en tecnología de embalaje en cartón y uno de los pioneros en el sector de la fabricación de cápsulas, ha anunciado una reciente alianza orientada a satisfacer la creciente demanda de tecnología superior para los sistemas de envasado de alta velocidad.

Esta alianza denominada UNIQUE ha sido creada para satisfacer esta tendencia mediante la formación de una nueva asociación entre tres destacadas empresas italianas líderes en sus respectivos sectores. La alianza Unique está formada por: SARONG (productora de sistemas de termoformado), OPEM (máquinas de llenado de cápsulas) y CAMA, del sector de líneas de embalaje en cartón. El nuevo consorcio ya está preparado para proporcionar sistemas integrales, a saber: desde el termoformado de cápsulas, llenado y embalaje

type of strategic alliance. In these partnerships, where each company gives their unique expertise, it always offers the best possible solution for our customers, offering cohesion, flexibility, technical skills and unrivalled professional advice from the best of all three members. Since the formation of this partnership, it has been a huge success for Cama and we have subsequently gained further trust from leaders in the international market for coffee/tea cups. Our unmatched high-speed technology and the knowledge that we supply extremely reliable lines are the main ingredients to our success".

Cama has enjoyed extensive growth and gained much experience over the years in high-speed cup packaging and are no spring chickens to the field. In 2003, the company provided a large and reputable 'multinational' company with the one of the first robotic lines in the world that was able to package up to 1,400 cups per minute; arguably the fastest in the world. The ongoing success is due to Cama's continuous attention to detail and commitment in constant innovation of its packaging systems that is driven by the customer. Cama continues to offer its customers comprehensive technical advice on the best cardboard packaging solutions in relation to project specifications. The company presents itself as a "global consultant", offering customized technical solutions, combining both skills in packaging and robotics, materials, packing styles resulting in pay-back on investments. Cama also offers multiple combinations that are made possible for secondary packaging.

Bellante adds: "Our customers tell us of-

primario (en bolsa o envase tipo flowpack) hasta su embalaje secundario (embalaje de cápsulas y empaquetado en cajas).

Annalisa Bellante, Gerente de marketing de Cama señaló "No es la primera vez que Cama lleva a cabo este tipo de alianza estratégica. Estas asociaciones, en las que cada empresa pone a disposición su experiencia única, siempre constituyen la mejor solución posible para nuestros clientes, ya que cada uno de los tres miembros aporta lo mejor de sí en términos de cohesión, flexibilidad, habilidades técnicas y asesoramiento profesional sin igual. La constitución de esta asociación ha sido un gran éxito para Cama, ya que nos permitió incrementar la confianza de los líderes en el mercado internacional de cápsulas de café y té. Nuestra incomparable tecnología de alta velocidad y la seguridad de que ofrecemos líneas de producción extremadamente fiables son los ingredientes principales de nuestro éxito".

Cama ha tenido un fuerte crecimiento, ha acumulado mucha experiencia a lo largo de los años en el sector de embalajes de cápsulas de alta velocidad y no es un principiante en la materia. En 2003 la empresa suministró a una renombrada firma 'multinacional' una de las primeras líneas robóticas en el mundo capaz de envasar hasta 1400 cápsulas por minuto, posiblemente la más rápida del mundo. El sostenido éxito se debe a la continua atención que Cama brinda a los detalles y el compromiso con la innovación constante de sus sistemas de embalaje impulsado por el cliente. Cama continúa ofreciendo a sus clientes un asesoramiento técnico integral sobre las mejores soluciones de embalaje en cartón para satisfacer las especificaciones de cada proyecto. La empresa se identifica como un "asesor global" que brinda soluciones técnicas personalizadas mediante una combinación de conocimientos técnicos en envasado y robótica, materiales y estilos de embalaje, que da como resultado una recuperación de la inversión. Cama también ofrece múltiples combinaciones que pueden emplearse para embalajes secundarios.

ten that we are the ideal partner. our experience in coffee packaging does not only concern cups though. We provide multiple applications for pods, bags, doy-packs and instant coffee stick-packs. Stick-packs now at run production speeds of 960 per minute thanks to special hopper loaders used to handle high speeds".

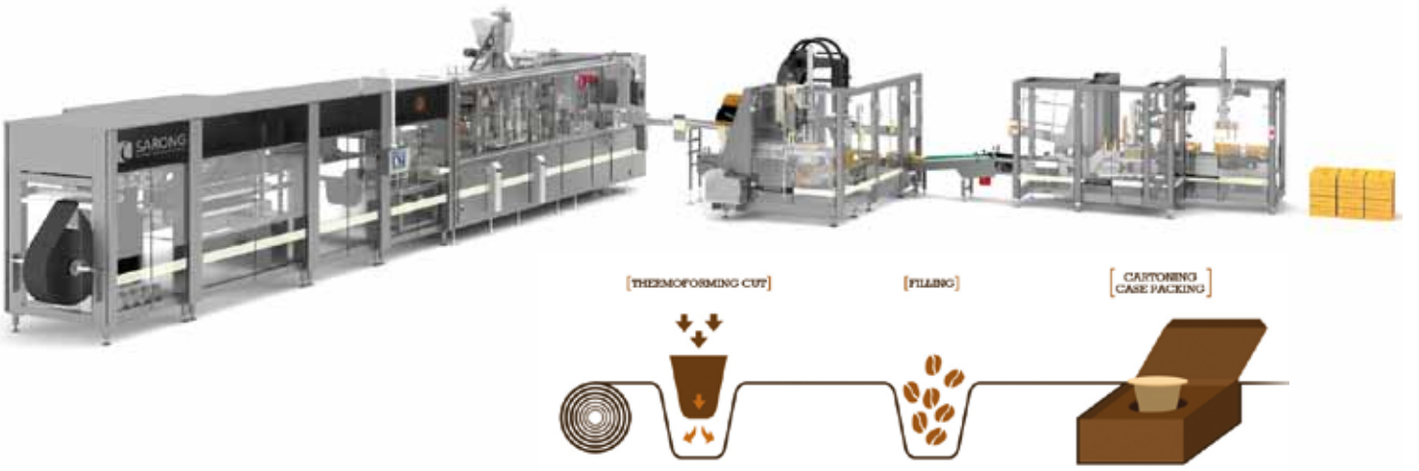
For state of the art top loading solutions, Cama can pack at more than 780 cups per minute with special packaging configurations. The line, consisting of a box forming machine, a double-loading robot, a box closing machine and a case packer, has proven to be extremely flexible and reliable. Cups are loaded into a special configuration to optimize the size of final packaging. They are then placed in cartons containing 8 to 48 pieces, gathered together and packed in an American case. The increase in sales, combined with the high-level relationship between technology and reliability of the production system, has led some customers investing again and subsequently doubling the number of production machines.

For the primary packaging of coffee cups using flowpack or bags, Cama usually offers side loading solutions, equipped with its legendary range of high-speed cartoning machines. The cartoning machines make light work of many different complex product configurations in a flexible and re-

Bellante añade "Nuestros clientes nos dicen a menudo que somos el socio ideal. Nuestra experiencia en el embalaje de café no se circunscribe solamente a las cápsulas. También proporcionamos diversas aplicaciones para bolsas monodosis, bolsas, envases doy pack y envases tipo stick packs para café instantáneo. Actualmente se producen envases tipo stick packs a una velocidad de producción de 960 envases por minuto, gracias a los alimentadores de tolva especiales que se utilizan para aplicaciones de alta velocidad".

En el caso de las soluciones innovadoras de carga superior, los sistemas Cama permiten embalar más de 780 cápsulas por minuto, con configuraciones de embalaje especiales. La línea, que consta de una máquina formadora de cajas, un robot de doble carga, una máquina cerradora de cajas y una máquina encajadora, ha demostrado ser extremadamente flexible y fiable.

Las cápsulas se cargan conforme a una configuración especial que permite optimizar el tamaño del embalaje final. Seguidamente se colocan en cajas que contienen de 8 a 48 piezas, se juntan y se empaquetan en cajas de tipo americano. El aumento en las ventas, junto con la relación de alto nivel entre la tecnología y la fiabilidad del sistema de producción,



liable way, with added reduced footprint and easy maintenance.

Depending on requirements and a wide range of project specifications, Cama is able to offer its clients custom made packaging systems from their diverse portfolio including: robotic solutions (top loading), cartoning (side loading) and case packing with wrap-around display stands or display-boxes.

Cama produces machines with what they describe as Italianità (the Italian spirit) which lives right through the company philosophy today. It is still a privately owned company and headed up by the Bellante family.

Bellante adds “the development of cups is always intrinsically linked to the machine, they are like hand and glove. We have a strong cultural bond to coffee too here in Italy! This with our family spirit and creative technology offers what I would say is an unrivalled package in this exciting market. We are very proud to be at the forefront with Opem and Sarong”. ■

ha llevado a algunos clientes a invertir de nuevo y, por consiguiente, a duplicar el número de máquinas de producción. Para el embalaje primario de cápsulas de café en envases tipo flowpack o bolsas, Cama generalmente ofrece soluciones de carga lateral, equipadas con su legendaria gama de estuchadoras de alta velocidad. Las máquinas estuchadoras facilitan el trabajo de las diversas configuraciones complejas de productos de una manera flexible y fiable, con una mayor reducción de espacio y fácil mantenimiento. En función de las necesidades y una amplia gama de especificaciones de cada proyecto, la variada cartera de productos de Cama permite ofrecer a sus clientes sistemas de envasado personalizados: soluciones robóticas (carga superior), estuchadoras (carga lateral) y encartonadoras con bandejas o cajas expositoras para embalajes tipo wrap-around.

La producción de máquinas de Cama está impregnada del concepto de italianità (el espíritu italiano), que permanece vigente como parte de la filosofía actual de la empresa. Cama continúa siendo una empresa privada dirigida por la familia Bellante.

Bellante agrega que “el desarrollo de las cápsulas está siempre intrínsecamente vinculado a la máquina; son como uña y carne. ¡También en Italia existe un fuerte vínculo cultural con el café! Todo esto, junto con nuestro espíritu de familia y nuestra tecnología creativa, conforma lo que yo denominaría un paquete inigualable en este fascinante mercado. Estamos muy orgullosos de estar a la vanguardia con Opem y Sarong”. ■

Nine9art

SPEED INNOVATION TECHNOLOGY

We at Opem, a leading company in the world of packaging, have chosen to invest in research and development to offer our customers the most innovative products. Our packaging systems guarantee high production performance and technologically advanced solutions so that we can follow all types of projects and fully satisfy your requirements.

Therefore Opem is best partner for you in the coffee industry. The production speed and precision of our systems ensure high quality standards in the production of capsules that keep the quality of your product intact.

Choose to be the best. Choose Opem.

PEGASO CR-8+8P
Filling machines for capsules
(coffee, teas and herbal teas)
Machine with 8+8 lanes (double index)
Capacity of accomodating tailor made projects
Speedes from 750 to 1000 capsules/min

- K-cups
- italian espresso capsules
- custom projects for single-serve coffee cups

OPEM S.p.A
Via G. Mercalli, 16/A (Area Ind. SPIP) - 43122 Parma - Italia
Tel.: (+39) 0521 607501 - Fax: (+39) 0521 607509 - e-mail: info@opem.it - www.opem.it

OPEM
solutions to package your quality

Filter and Shower by I.M.S.
the heart of a coffee machine

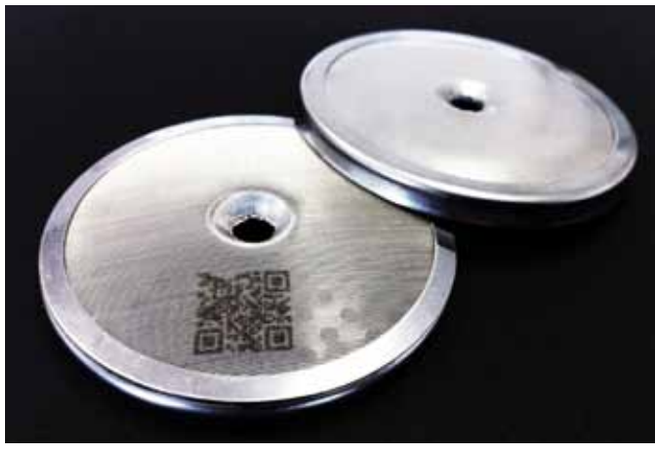
Filtro y Ducha I.M.S. el corazón de la máquina de café

How to improve extraction by making the choice most suited to your requirements.

The extraction of a good espresso coffee is an alchemy to which many factors contribute, from the choice of coffee to the type of machine, the selected grind, the water hardness and the personal touch of the barista. An important role in this process is the distribution and filtering of water throughout the coffee puck. Over the last 2 years IMS has been dedicated to the development of a product that can improve these delicate phases in the preparation of a good cup of coffee.
While developing the Competition Filter, which we spoke about in our last article - CoffeeTrend October 2011 - IMS has also concentrated on developing a line of high quality showers in order to respond to particular requirements put forward by a number of manufacturers and top baristas. Following in-depth research and on-site testing, IMS has identified two types of product which satisfy these requirements.
The first proposal is the membrane shower with a filtering power of 35 µm. This is the result of over a year of on-site

Cómo mejorar la extracción gracias a la elección más adecuada a las propias exigencias.

La extracción de un buen café expreso es una alquimia en la que intervienen muchos factores, desde la selección del café, hasta la máquina, desde el molido del grano, hasta la dureza del agua y el toque personal de cada Barista. En este proceso desempeña un papel importante la distribución del agua y la filtración del café. En los últimos 2 años IMS se ha dedicado al desarrollo de productos que pudieran mejorar estas delicadas fases para la obtención de un buen café. Contemporáneamente al desarrollo del



testing with different types of membranes derived from various fields including the automotive and electromedical sector. The final product obtained boasts excellence both in performance and durability. Its main characteristic is an elevated filtering capacity which, as well as allowing for a more even water distribution throughout the coffee puck, also blocks access to the extract residues during the drying phase.

The second proposal is a highly innovative shower body with integrated membrane. In this case too the final product derives from a lengthy testing process with state-of-the-art steel work technology. The key feature of this product is the exclusive perforation design which, in addition to ensuring an excellent coffee also makes this product extremely easy to clean. Manufactured as a single body, the surface is completely smooth and does not present any grind-clogging danger areas. The range of Competition Showers is already available for all machine models. Products can be personalised with the laser application of logos, QR codes or Datamatrix. Have you ever drank an excellent coffee, savouring the pleasant persistence of flavour... and been almost taken aback by the experience? It was probably made with an IMS filter and shower. ■

Filtro Competición, del que hablamos en el artículo anterior - véase CoffeeTrend de octubre de 2011 - IMS se ha dedicado al desarrollo de una línea de alta gama de duchas que respondiera a las exigencias señaladas por algunos fabricantes y por los mejores Baristas. Como resultado de detallados estudios y de pruebas prácticas, IMS ha identificado dos tipos de producto que satisfacen estas exigencias.

El primero es la ducha a membrana con poder filtrante de 35 µm que llega como resultado de más de un año de experimentos prácticos con varios tipos de membranas que derivan de sectores como el electromédico y el automovilístico. Hemos llegado, por tanto, a un producto excelente en cuanto a rendimiento y duración. Su característica principal es el elevado poder filtrante que, además de permitir una distribución más homogénea del agua sobre el café, bloquea el paso a los residuos de la extracción durante la fase de secado.

El segundo artículo ofrecido es un producto extremadamente innovador, con la membrana integrada en el mismo cuerpo de la ducha. En este caso, el producto final llega también como resultado de una larga experimentación con diversas tecnologías de vanguardia en la elaboración del acero.

Su característica principal es el diseño exclusivo de la perforación que, además de garantizar la mejor distribución posible, hace que este producto sea extremadamente fácil de limpiar. De hecho, estando realizado en una sola pieza, la superficie es totalmente lisa y no presenta zonas nocivas donde se puede depositar la suciedad. La gama de Duchas Competición ya está disponible para todos los modelos de máquinas y es altamente personalizable mediante el marcado láser de logotipos y códigos QR o Datamatrix. No sabemos si ha tenido el placer de beber un café excelente, de notar la agradable persistencia y quedar sorprendido de esta fantástica experiencia. Probablemente era un café hecho con filtro y ducha IMS. ■

I.M.S. creates the COMPETITION SHOWER

Thanks to ultimate
filtering technologies,
I.M.S. created a shower screen
that enhances your machine
performances both in therms
of water distribution
and drying of the coffee puck.

FILTRATION TECHNOLOGIES

INOX 304L EXPANDED 3D MICROMESH

INOX 304 PHOTOETCHED MEMBRANE

INOX 304 WIRE MESH

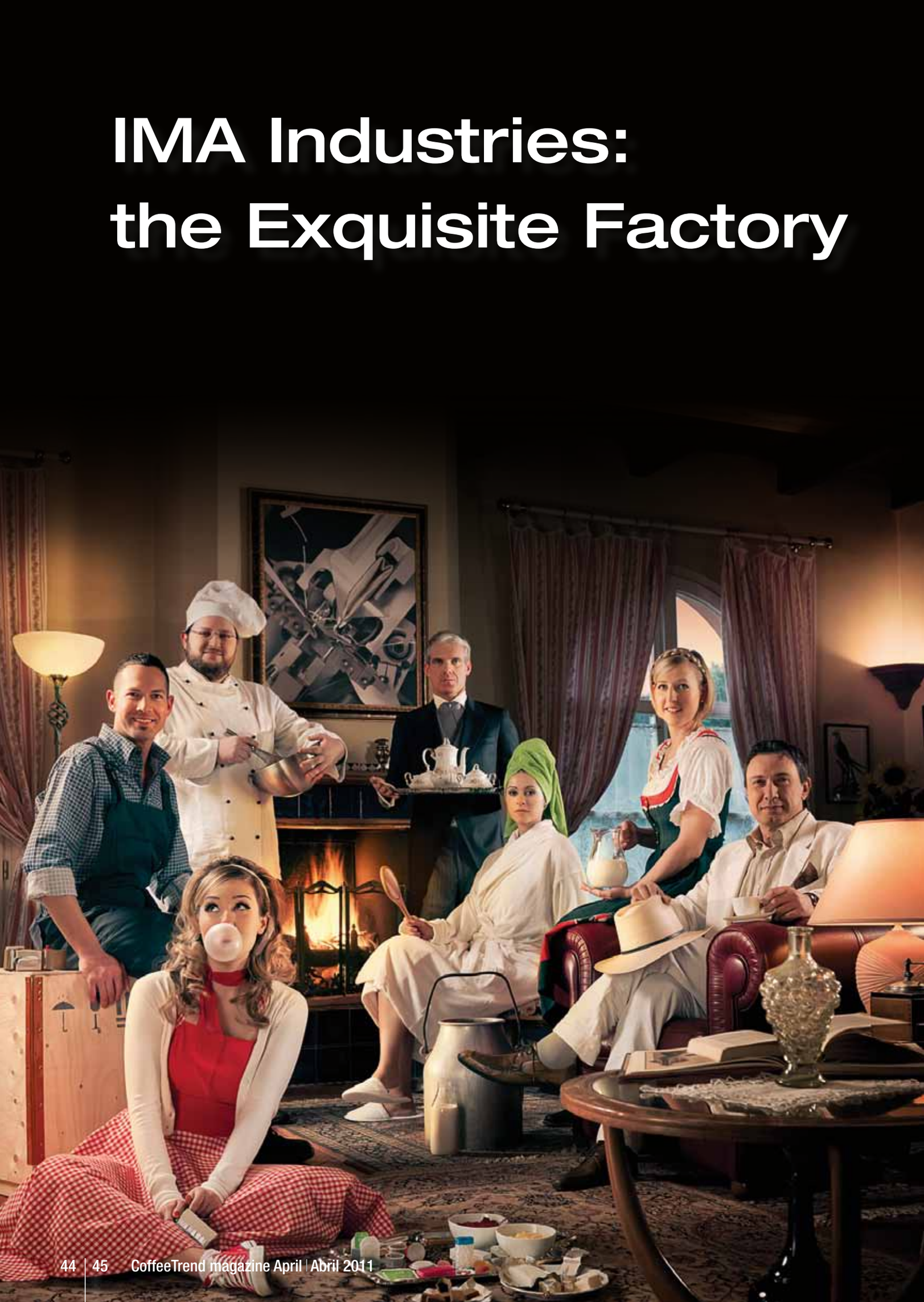
Available for all commercial brewing groups.
Costumized laser marking.
Choice of filtering power
from 250 µm to 35 µm

100% made in Italy

Industria Materiali Stampati S.p.A.
FILTRI PER MACCHINE DA CAFFÈ

www.imsfiltri.com

IMA Industries: the Exquisite Factory



IMA industries: the exquisite factory

Quality products and truly unique, even exquisite, services.

This is one of the fundamental principles that has always guided the IMA Group, world leader in automatic machines for 50 years, and on which it bases the business philosophy of IMA Industries, the sector dedicated to the processing and packaging of food products, cosmetics and toiletries.

IMA Industries includes divisions and companies that are recognised as leaders within their individual markets: Tea & Coffee Division for packaging tea, herbs and coffee in filter bags and pods; Gima S.p.A. for packaging tea and coffee in capsules, chewing gum and sweets in innovative packs, and for the high level of assembly technology; Corazza S.p.A. specialised in lines for soup cubes, butter and processed cheese in various formats; Stephan Machinery GmbH for process-

Calidad de productos y servicios sin duda únicos o, mejor dicho, exquisitos

Este es uno de los principios fundamentales en los que siempre se ha basado el Grupo IMA, que desde hace más de 50 años es el líder del sector de máquinas automáticas, y en los que se asienta la filosofía del negocio de IMA Industries, el sector dedicado al tratamiento y al envasado de productos alimenticios, cosméticos y dedicados al cuidado personal.

IMA Industries cuenta con importantes divisiones y empresas de gran fama en los mercados en los que opera, de entre las que destacan Tea & Coffee Division (que envasa té, hierbas y café en bolsitas de filtro y monodosis), Gima S.p.A. (que envasa té y café en cápsulas, y chicles y caramelos en envases muy novedosos, gracias a su tecnología a la hora de unir los materiales), Corazza S.p.A. (que tiene líneas de distintos tamaños y for-

ing dairy products, convenience food and confectionery; BFB Division with its wide range of end of line machines and Revisioni Industriali S.r.l. for perfectly overhauled second-hand machines. Visit the dedicated mini-site www.exquisite-factory.ima-industries.com to discover more about “The Exquisite Factory”.

New solutions for the packaging of coffee proposed by the Tea & Coffee Division

• The CA1 represents one of the most challenging innovations in the single dose coffee packaging sector, guaranteeing the highest efficiency together with the most compact machine layout, and perfectly in line with IMA’s traditional concepts. The CA1 is a unique high speed machine able to produce soft pods in a single lane, counted, stacked and packed into a heat-sealed stand up bag. The compact machine layout and the integration of all auxiliary units such as the pod counting and stacking unit, pack forming, filling and closing and weight checking guarantee at the same time the highest efficiency as well as simplified maintenance and improved user-friendliness of the machine itself. A remarkable saving

mas de pastillas de caldo, mantequilla y quesitos), Stephan Machinery GmbH (que trata productos lácteos, comida rápida y de confitería), BFB Division (con su gran gama de máquinas para el final del proceso) y Revisioni Industriali S.r.l. (para máquinas de segunda mano totalmente revisadas). Si desean saber más acerca de “The Exquisite Factory”, visiten la página web www.exquisitefactory.ima-industries.com

Nuevas soluciones para el envasado de café. Propuestas de Tea & Coffee Division

• De todas las máquinas que ha creado IMA, la CA1 es una de las más innovadoras en lo que se refiere al envasado de café en dosis individuales. El aparato, que respeta totalmente los tradicionales criterios relativos al diseño y a la construcción de IMA, garantiza los mayores niveles de eficacia, y dispone de una estructura muy compacta. La CA1 es una máquina muy rápida, y es la única de su sector que consigue producir monodosis blandas en una sola fila, contarlas, apilarlas y empaquetarlas en bolsas termosoldadas verticales. El diseño compacto de la máquina y todos los elementos auxiliares, como por ejemplo el grupo que cuenta y apila las dosis, y los que se encargan de la formación, el relleno, el cierre y el control del peso del paquete garantizan una enorme eficacia. Además, mantenerla y utilizarla resulta muy fácil. Por otro lado, la máquina está pensada para ahorrar mucho material de envasado. La CA1 dispone de un grupo de flujo de gas que se emplea para introducir nitrógeno en el envase durante su ciclo de formación, que sirve para que el café no se oxide. Gracias a este sistema, queda muy poco oxígeno.

• La CA3 es una máquina monobloc capaz de preparar, en una atmósfera modificada y acondicionada, las monodosis duras o blandas en las que se encierra el café, de termosoldarlas en un sobre exterior de protección, y de envasarlas en cajas, con una velocidad de producción

in packaging material is also guaranteed. The CA1 is equipped with a gas flushing unit to introduce nitrogen into the pack during its forming process to avoid coffee oxidization. This system ensures a very low oxygen residue.

- The CA3 is a monobloc machine capable of packing, in a modified and conditioned atmosphere, both soft and hard pods containing coffee, heatsealing them in a protective outer envelope and finally packing them into cartons at a production speed of 250 pods per minute. IMA has designed and manufactured the CA3 according to the highest efficiency criteria and, in particular, to an extreme flexibility while guaranteeing the best product quality on the market. Thanks to an advanced system for coffee dosing and compression, a homogeneous coffee distribution inside the pod and a great precision of its profile are guaranteed. Furthermore, the product quality is guaranteed thanks to a heatsealed outer envelope that represents the greatest protection against product oxidization. The machine production cycle is then completed by an integrated, fully automatic, accessible and adjustable cartoning unit. The carton and count size change over can be performed easily and quickly, especially thanks to the electronic count. The modular system on which the new CA3 design is based, is most evident in the easy connection with end of line packaging machines as alternative to the cartoning attachment. The whole production cycle is controlled and handled by an integrated PC that guarantees the correct machine operation and above all the final product quality.

595-596: the new GIMA integrated capsule filling machine for coffee

The 595-596 is an integrated capsule filling machine designed and manufactured by GIMA able to achieve a production speed of 480 capsules per minute with an extremely compact footprint. The unique cantilever design allows maximum accessibility and easy cleaning. Thanks to the

de 250 dosis indivuduales por minuto. IMA ha diseñado y ha construido la CA3 basándose en los criterios de enorme eficacia y, sobre todo, extrema flexibilidad, aunque no ha descuidado en absoluto la excelencia de la calidad del producto. Gracias a su sistema avanzado de dosificación y compresión del café, la máquina garantiza una distribución homogénea del café dentro de la dosis individuales, y una gran precisión en la forma y el contorno del producto. Además, la calidad del producto está asegurada gracias a un sobre exterior termosoldado, que garantiza la máxima protección contra la oxidación. El ciclo de producción lo completa una estuchadora integrada, completamente automática, muy fácil de regular, y a la que puede accederse sin grandes dificultades. El cambio de la forma y del tamaño y el cómputo de las cajas pueden realizarse con facilidad y rapidez, sobre todo merced al cómputo electrónico. Gracias al sistema modular en el que se basa el diseño de la nueva CA3, puede unirse con extrema facilidad con las máquinas empaquetadoras que se utilizan en el final del proceso, como alternativa al grupo de estuchado. Un ordenador integrado controla y gestiona todo el proceso de producción y, además, garantiza que la máquina funcione bien y, sobre todo, que la calidad del producto final sea óptima.

595-596: la nueva máquina GIMA para el envasado de café en cápsulas

La 595-596 es una máquina de llenado y sellado integrada que diseña y produce GIMA, que tiene una estructura muy compacta, y que es capaz de alcanzar una velocidad de producción de 480 cápsulas por minuto. Su especial diseño, que presenta una estructura voladiza, permite que acceder a ella y limpiarla resulte muy fácil. Gracias a su estructura innovadora de tipo modular, puede generar una amplia gama de cápsulas de plástico y llenarlas con diferentes productos como té, infusiones y polvos solubles. La

innovative machine modular construction concept it is possible to run efficiently a wide range of plastic capsules and fill them with many different products like coffee, herbal tea and soluble powders. The 595-596 machine strikes a perfect balance between performance and practicality. The unique ergonomic cantilever design assures great accessibility for maintenance, service and easy cleaning, significantly reducing line downtimes. The entire production process can easily be monitored by a single operator with all the operations performed on the front side of the machine. The modular construction concept allows high flexibility in achieving custom-made solutions for almost any kind of product and packaging material. Thanks to its modular concept, in the case of injected plastic capsules with no need for modified atmosphere processing, the 595 filling and sealing machine alone can be offered with significant savings in terms of line footprint and overall investment. ■

Visit us at SCAA 2012 Portland, USA - Booth #2121 to discover more about our solutions for the packaging of coffee! For further information, visit our new websites www.ima.it and www.ima-industries.com

595-596 representa el equilibrio perfecto entre prestaciones y funcionalidad. Su diseño ergonómico favorece que el acceso y el mantenimiento resulte muy fácil, lo que implica que la línea estará parada poco tiempo. Un solo obrero podrá controlar con facilidad todo el proceso de producción, y realizar todas las operaciones desde la parte delantera de la máquina. Su estructura modular garantiza una gran flexibilidad, y por ese motivo pueden crearse soluciones personalizadas para la elaboración de una grandísima gama de productos, y emplearse una enorme variedad de materiales de empaquetado. Gracias a esta característica, la máquina de llenado y sellado 595, cuando se trata de cápsulas de plástico a inyección que no necesitan elaborarse en ninguna atmósfera modificada, permite un gran ahorro en lo que se refiere al volumen de la línea y a la inversión total. ■

Si desean descubrir más cosas sobre nuestras soluciones para el envasado de café, los esperamos en la feria SCAA 2012, que se celebrará en Portland (EEUU), del 19 al 22 de abril de 2012, stand # 2121.
Pueden encontrar más información, visitando nuestras nuevas páginas web www.ima.it y www.ima-industries.com

THE EXQUISITE **FACTORY.**

"Sealing in the taste and aroma on our coffee packaging lines."

SCAA 2012 - Portland, USA - April 19-22 - Booth #2121

There's nothing better than savouring the pleasure of a good coffee.

At the IMA Industries' companies of **GIMA** and **Tea & Coffee Division**, we put all our commitment and passion in to projecting and creating machines to bring out the taste of your coffee. Our complete packaging lines for injected or self-protected capsules and filter paper pods uniquely preserve the unmistakable taste and aroma of the product allowing it always to reach the cup at the peak of its perfection.

Take a seat in our factory, and taste the IMA Industries solutions.
We are sure you'll find them EXQUISITE.

www.ima-industries.com

IMA TEA&COFFEE
Tea & Coffee Packaging Solutions

IMA INDUSTRIES S.r.l. - TEA & COFFEE Division • mktg.tea@ima.it

Innovation and Growth

The guidelines of TME

Innovación y Desarrollo
Las directrices de TME

Innovation and growth: these are the guidelines that for 30 years have epitomized TME of Fidenza (Parma) a manufacturer of weighing and packaging systems. “We have built machinery for the flour, dried fruit, rice, and pre-mixed ice cream industries, and much more. We have even designed machines for packaging tire mixture products” says TME General Director Claudia Merli “by following the evolution of markets, and thanks to our know-how, today our main resources are focused on solutions in the coffee and baking industries, especially the coffee sector‘s single-dose capsule market segment. In recent years this market has, in fact, requested technologically-advanced and extremely flexible machinery, which are TME strengths and which have proved successful. This has laid down a secure foundation for further growth in the near future. The confirmation is in the numbers. Over the last two years, TME turnover has increased by 40%, from 5.1 million Euros in 2009 to over 7 million Euros in 2011, thanks to the development of our international sales network, with agents and employees all around the world, with exports bringing in 75% of revenue.

Innovación y desarrollo, éstas son las directrices que, desde hace 30 años, marcan el camino de TME, empresa de Fidenza (Parma) productora de sistemas de pesaje y empaquetamiento. “Hemos realizado instalaciones en los sectores dedicados a las harinas, frutas secas, arroces, premezclados para helados y mucho más aun, incluso hemos fabricado máquinas para el empaquetado de productos para la mezcla de los neumáticos” explica la directora general de TME Claudia Merli “siguiendo la evolución de los mercados y, gracias a nuestro know-how, hoy nuestros recursos principales están dirigidos a la búsqueda de soluciones de vanguardia en los sectores del café y de la levadura, en particular, para el sector del café en el segmento de las cápsulas desechables. En los últimos años, en efecto, este mercado ha requerido equipamientos tecnológicamente avanzados y de suma flexibilidad, características implementadas en TME, que se han revelado exitosas y que constituyen los cimientos de nuestro seguro ulterior crecimiento en el futuro cercano. Los números confirman lo que hemos dicho, en efecto, en los últimos dos años la facturación de

All systems are designed and built in a new factory in Fidenza, which employs 40 employees, including administrative staff, production and sales".

As for the coffee capsule market, we have attained excellent international results in a short amount of time. Today, more than 400 customers have chosen TME for coffee capsule packaging machines.

As evidence of this, we should note the great success of the recent international convention organized by TME, held on October 26, 2011 in Parma. It focused on single-dose coffee capsules, and was attended by guests from all over the world. During the meeting, issues related to international coffee consumption, new packaging solutions, development of the global economic scenario and new market trends were discussed, with special attention specifically paid to Nespresso-compatible capsules. Among the speakers of the event, the CEO of Alice Allison SA, Michele Orsi, presented his case study to participants. The Swiss Company was among the first in the world to produce Nespresso-compatible capsules. Mr. Orsi spoke about his Company's winning strategy, which included having TME as a partner rather than a supplier, working with the company side by side to complete the design and roll-out of this ambitious project.

"It was an event enjoyed by all participants" continues Ms. Merli "and by or-

TME ha aumentado en un 40% pasando de 5,1 millones de Euros en el 2009 a más de 7 millones de Euros en el 2011, gracias también al desarrollo de una red comercial internacional capilar formada por agentes y colaboradores en todo el mundo que ha permitido, a la exportación, cubrir el 75% de la facturación actual. Todas las instalaciones se diseñan y realizan en la nueva planta de Fidenza, donde trabajan 40 empleados, entre el personal administrativo, encargados de la producción y sector comercial".

Retomando el discurso monodosis de café, se recalcan los excelentes resultados obtenidos en poco tiempo a nivel internacional: al día de hoy, en efecto, los clientes que han escogido sistemas TME para la monodosis son más de 400. Como testimonio de lo anterior, debe recordarse el excelente éxito de la convención internacional organizada por TME sobre el tema de la monodosis en el café y celebrado el pasado 26 de octubre de 2011 en Parma, al cual han participado clientes de todo el mundo.

Durante el encuentro, se han discutido ampliamente temas relativos a los consumos internacionales del café, a las nuevas soluciones de packaging, a los desarrollos del escenario económico mundial y a las nuevas tendencias de mercado con particular referencia al tema de la monodosis, más en lo específico "cápsulas compatibles Nespresso". Entre los relatores del evento han participado el CEO de Alice Allison SA, Dr. Michele Orsi, que ha presentado su propio case history a los participantes.

caffè culture SHOW

16-17 MAY 2012
OLYMPIA LONDON

Your Business Your Event

Register for FREE* entry today

caffeculturesshow.com/ct

Have a smartphone?
Scan this QR barcode to register

Visit the UK's premier café bar event to see the complete range of products and services a successful café bar requires.

Be inspired by the latest innovative products from over 200 high end suppliers and receive free business advice from the industry's leading professionals.

*And save yourself £20 on the door

Official Milk Supplier:

Show Supporters and Partners:

Boughton's Coffee House

The United Kingdom Tea Council Ltd.

Café Business

Café Culture magazine

Caterer and Hotelkeeper

EssentialCafé

ganizing this event, TME wanted to send a strong message to its customers: today markets are showing customers that they need to tap into a global service provider. The supplier will be increasingly called upon to implement projects along with the client, from initial design to final stages. Basically, suppliers will need to become partners with the client as well as participants in the project".

TME's next steps will be to implement the work that is already under way in international markets, such as India, Brazil, China, Japan and Central America, and continue with its Research and Development in order to consolidate TME's technology.

"2012 will mark TME's thirtieth anniversary, and despite the unfavourable current economic climate, we aim to further increase sales. We are convinced that our continued efforts to improve products and services and to identify new markets are the winning recipe.

We know that competition is increasingly fierce, but we look at it as a positive aspect, because it pushes us to do better and better, by collecting feedback from customers and users.

What we wish for 2012 is that it becomes the year of confirmation, confirming our numbers, our growth and, especially our efforts to meet the needs of our customers through innovative solutions and with an adequate localized and global after-sales service". ■

La empresa suiza ha sido una de las primeras en el mundo en producir cápsulas compatibles Nespresso, el Sr. Orsi ha reconocido que la estrategia triunfadora ha sido también la de haber encontrado en TME, más que un proveedor, un socio que lo ha acompañado para concluir el desarrollo y en la realización de su ambicioso proyecto.

"Ha sido un evento apreciado por todos los participantes" recalca la Sra. Merli "con la organización de este evento, TME ha querido lanzar un fuerte mensaje a sus clientes: hoy las lógicas del mercado llevan al cliente a necesitar de un servicio global: el proveedor será siempre más a menudo llamado a seguir y a realizar el proyecto junto con el cliente, desde su fase inicial de diseño hasta su fase final, o bien, el resultado en taza, en síntesis el proveedor deberá ser el socio del cliente y participar en el proyecto".

Los próximos pasos de TME serán los de implementar el trabajo ya en curso en los mercados internacionales como India, Brasil, China, Japón y Centroamérica y continuar con la actividad de investigación y desarrollo, para consolidar la tecnología TME.

"El 2012 será el año de su trigésimo aniversario de TME y, a pesar que el momento económico no es uno de los más favorables, apuntamos a aumentar aún más la facturación, convencidos que nuestros esfuerzos continuos para mejorar la oferta y para identificar nuevos mercados sean la mejor receta. Sabemos que la competencia es cada día más encarnizada, pero también este es un factor positivo, porque nos empuja a trabajar mejor recogiendo los feedback de los clientes y de los operadores. Queremos que el 2012 se convierta en el año de la confirmación, confirmación del crecimiento y, en particular, confirmación de nuestros esfuerzos para satisfacer, del mejor modo posible, las exigencias de nuestros clientes a través de soluciones innovadoras y con un servicio adecuado de postventa localizado y global". ■

TME

Your passion, our mission

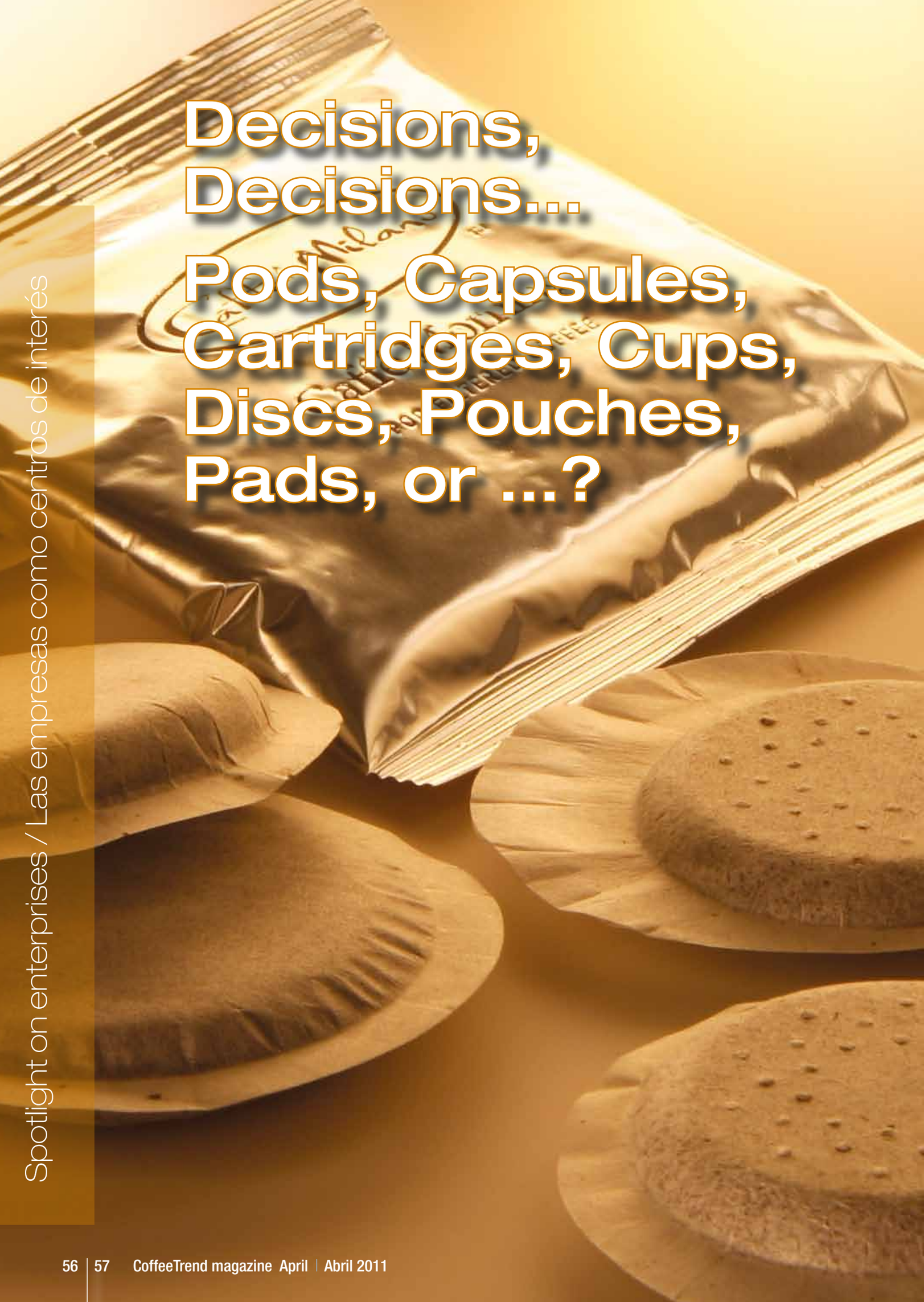
Capsule Packaging Machine

SCAA 2012	19-22 April	Portland Oregon	Booth #1112
DJAZAGRO	23-26 April	Algiers	Booth #G95

www.tmeitaly.com TME s.r.l - Via Sandro Pertini, 1/5 - 43036 Fidenza (PR) - Italy Phone +39 0524 517711 - Fax +39 0524 527771

Decisions, Decisions...

Pods, Capsules, Cartridges, Cups, Discs, Pouches, Pads, or ...?



Decisiones, decisiones…

Monodosis, cápsulas de aluminio, cápsulas de plastico, o …?

Until recently there have only been a few widely available brand choices for single serve beverages – Keurig, Flavia, Melitta, Senseo, etc for coffee. And Espresso choices were limited as well with IllyCafé pods, Nespresso capsules and Lavazza cartridges. Each offered a unique and proprietary way to provide customers with a freshly made, more expensive, single-serve drink. Over the past few years the market has rapidly expanded, with other roasters also aggressively pushing to get into the single cup market.

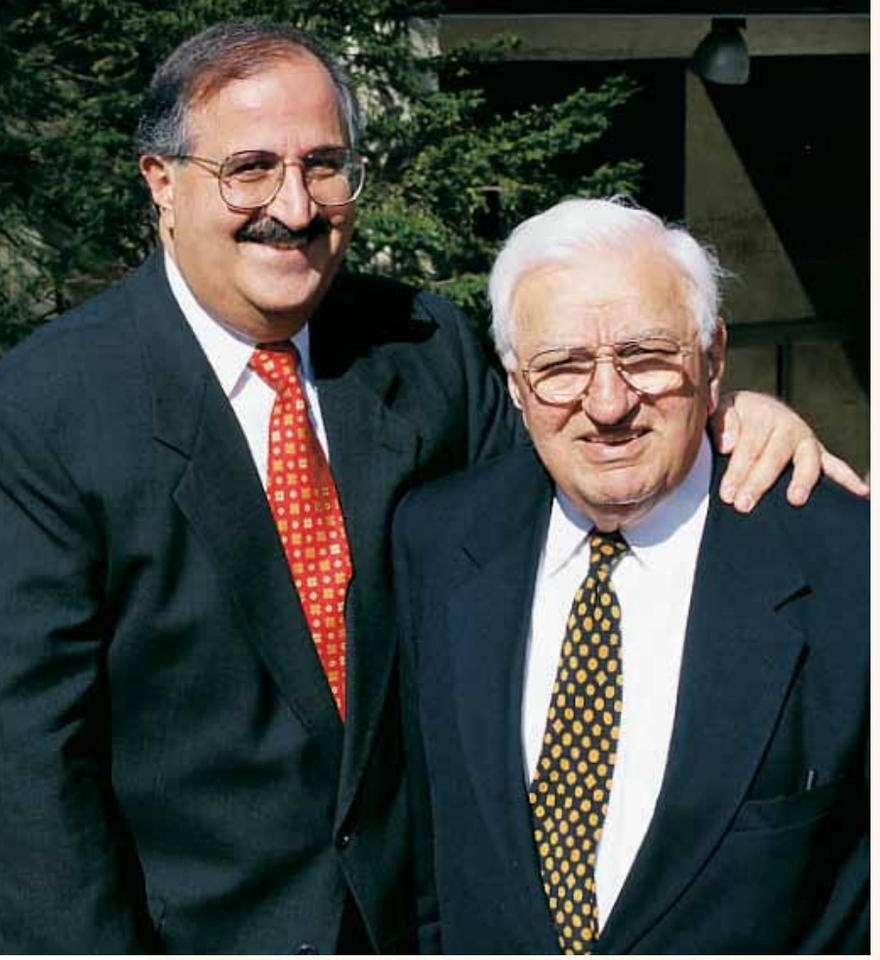
As part of an overall marketing and production philosophy, well known brands have acquired or developed additional single-serve platforms.

Green Mountain Coffee Roasters (GMCR) has gone to great lengths to control the K-Cup market by buying out regional roasters who they had previously had K-Cup co-packing contracts with, increasing GMCR production capabilities exponentially. Obviously their long term strategy is to control the market from the bottom up.

Hasta hace poco tiempo solo pocas y conocidas marcas podían ofrecer una completa gama de productos reservados al mercado del cafè monodosis como Keurig, Flavia, Melitta, Senseo, etc, mientras que por lo que se refiere específicamente al sector del café expreso monodosis las opciones se limitaban a las tres mayores empresas internacionales, es decir: Illy, con sus productos en monodosis de papel y cápsulas, Nespresso y Lavazza líder de mercado por segmento cápsulas de cafè. Cada uno ha desarrollado su propio sistema de patente cerrado para ofrecer a sus clientes un producto perfectamente conservado y fácil de utilizar, pero en el mismo tiempo mucho más caro.

En los últimos años la cuota de mercado reservada al café monodosis se ha expandido rápidamente, atraendo en el nuevo business del café monodosis numerosos torrefactores, los cuales se han inserido con prepotencia, desarrollando agresivos planes de comunicación y promoción de la propia oferta.

Como parte integrante de esta agresiva filosofía general de marketing y de pro-



Starbucks broke a long-term distribution and marketing contract with Kraft (and Tassimo) and nearly immediately jumped into the crowded market with their “premium” K-Cup product. And just in March Starbucks introduced Verismo, another European based proprietary single-cup espresso machine program. Only a few years ago IllyCafé rolled out its own capsule program and more recently announced a new machine program with Cuisinart. Nestle, not to be left behind, not too long ago introduced its Nescafe Dolce Gusto a competing capsule program. Kraft’s has ramped up its Tassimo program with Gevalia. Tassimo brewers and capsules employ bar code technology to tell the machine what pressure the capsule requires and adjusts the liquid cup volume intuitively.

ducción, las marcas bien conocidas han adquirido o desarrollado ulteriores sistemas cerrados, como por ejemplo la Green Mountain Coffee Roasters (GMCR) que ha hecho lo imposible para controlar el mercado de la cápsula K-cup, adquiriendo diferentes tostaderos de café regionales que antecedentemente habían tenido licencias de co-packing, aumentando por consiguiente la capacidad de producción de manera exponencial. Claramente, en la base de esta estrategia de mercado a largo plazo está el objetivo de poder controlar de manera total el mercado, desde el productor hasta el consumidor final.

De la misma manera Starbucks ha roto en definitiva el largo acuerdo de repartición de la producción con Kraft (Tassimo), integrándose en el invitante mercado del monodosis con sus cápsula “premium” K-cup.

El mes de marzo, en efecto, ha sellado la entrada de Starbucks en el mundo del monodosis con la introducción de “Verismo”, el nuevo sistema cerrado máquina + cápsula, desarrollado y patentado por otra empresa europea, a pocos años de distancia de la introducción del primero y innovativo sistema cerrado por la italiana Illycafè que de recente ha anunciado la collaboración por el desarrollo de un nuevo proyecto de máquina de café destinada al café monodosis con Cusinart.

Nestlè, para no quedarse atrás y para no dejar interesantes cuotas de mercado a su competidores ha introducido, no hace mucho tiempo, su “Nescafè Dolce Gusto”, el nuevo y concorrente sistema con cápsula. El mismo discurso se puede hacer por Kraft, que ha reforzado su oferta ligada al producto monodosis en cápsula (Tassimo) con el nuevo sistema de extracción de café “Gevalia”, que emplea la innovativa tecnología de código de barras impreso sobre las cápsulas para permitir a la máquina la mejor regulación de los parámetros de presión agua y cuantitativo de la misma en fase de erogación.

Según algunas indiscreciones, la posibilidad de que las patentes Kuerig sean destinadas a decaer a lo largo de poco

Rumors that Keurig patents are set to expire soon help explain why Keurig rolled out a new and different premium priced VUE System. And GMCR has announced a line of brewers using RFID technology is coming this fall. GMCR investor Lavazza offers paper espresso pods, paper filter pods, Espresso Point, and Blue – and has said they are working on another with GMCR. Despite having Dutch electronics giant Philips produce their reliable brewer, Sara Lee has sold or nearly abandoned most of its very substantial US coffee business including the hugely successful European Senseo program. Kraft has abandoned its domestic paper pod program in favor of its European Tassimo T-disc system. Proctor & Gamble sold its Folgers/ Millstone/DD brands to J.R. Smucker's shortly after their unsuccessful launch of the potentially huge Home Café paper

tiempo, ayuda a comprender la razón del lanzamiento de este nuevo sistema VUE. Innovativo será también el sistema de extracción de café desarrollado con tecnología RFID que GMRC va a presentar al comienzo del próximo otoño.
GMRC, de la cual Lavazza es accionista (ofrece monodosis de papel, monodosis "Espresso Point" y "Blue"), ha recientemente anunciado que está en fase de desarrollo de otro nuevo producto. Sara Lee, a pesar de la colaboración con el coloso holandés Philips para el suministro de la fiables máquinas para la extracción de café, ha cedido o está próxima al abandono de la gran parte de los programas café monodosis referidos al mercado americano, renunciando a considerables cuotas de mercado, incluidas las del muy conocido sistema europeo "Senseo". Kraft también ha renunciado a desarrollar su sistema doméstico del monodosis

pod program. Home Café's weak link was using built-to-price brewers that failed at alarming rates. There are too many other less well-known products and brands to list now in the marketplace. Visit Milan's Venditalia Show and see some of them.

Biodegradable paper pods have a 50+ year proven record of success

K. Cyrus Melikian, co-founder of Rudd-Melikian, Inc. (RMI) and Automatic Brewers and Coffee Devices, Inc. (ABCD) invented, created, and commercialized paper pods over 50 years ago. He embraced the idea to make brewing one-fresh cup-of-coffee at-a-time (on-demand) an open system so roasters would not be standing outside looking-in at a closed (restricted) brewing system. That philosophical and business decision has made pods a worldwide success with millions and millions brewed every day! Melikian and his state-of-the-art engineering team had previously invented, created and commercialized liquid frozen coffee concentrate marketed under the brand Kwik-Kafe. They licensed a German distributor called Moccomat who was acquired by Douwe-Egberts

for the valuable technology. Rudd-Melikian, Inc. invented and created many other firsts including Brew-A-Cup, the first machine to grind one portion of coffee and brew one cup-on-demand; Ice-A-Cup, the first post-mix soda machine that also was able to dispense ice in the drink cup; and Kwik-Kooker, the first commercial food service microwave

de papel, a favor de su sistema europeo "Tassimo T-disc". De la misma manera Procter&Gamble ha cedido las marcas Folgers/Millstone/DD a J.R. Smocker's poco después de la quiebra del lanzamiento del sistema monodosis de papel desarrollado para el segmento doméstico. Actualmente el mercado está siempre más invadido por nuevos operadores, la mayor parte de los cuales son nuevas y poco conocidas empresas que proponen sus sistemas máquina y café monodosis. Visitando el salón Venditalia, que tendrá lugar en Milano a mitad de mayo, será posible encontrar a unos de ellos.

Las monodosis de papel biodegradable tienen más de cincuenta años de éxitos. K. Cyrus Melikian, co-fundador de Rudd-Melikian Inc. (RMI) y Automatic Brewers and Coffee Devices, Inc. (ABCD), ha inventado y después comercializado las monodosis de café en papel desde hace más de cincuenta años con el fin de poder ofrecer al consumidor un café fresco apenas hecho.

El sistema máquina a monodosis café de papel es un sistema abierto, que ofrece a cada uno de los tostaderos la posibilidad de realizar sus monodosis. Esta decisión filosófica y de business ha contribuido a su éxito mundial con millones y millones de extracciones café realizadas cada día!

Melikian y su equipo de diseño ya habían inventado y introducido en el mercado el café líquido congelado concentrado y comercializado con la marca Kwik-Kafe, admitiendolo con una autorización a Moccomat, un distribudor alemán, y adquirido sucesivamente por Douwe Egberts.

oven. Cyrus' son Bob continues his legacy by taking ABCD to the next level with its co-packing activities!
ABCD's PodPerfect paper pods have proven to be the open, biodegradable choice and they cause no harm to the environment. Roaster's customers can brew espresso, filter coffee, and even tea, in a variety of brewers from the very lowest cost to the top-of-the line professional machines. PodPerfect paper pods do not needlessly fill landfills with bulk plastic and foil materials that will take generations to dissolve. And paper pods cost less than plastic!
The coffee drinking public has enthusiastically embraced single-cup systems as being both a simple and convenient way to brew fresh coffee on-demand. Coffee roasters view single-cup systems as the value added way to market their products in a more controlled manner. Some pundits suggest that total per-capita coffee consumption will trend downward as the need to brew a whole pot (along with the requisite dumping of left-over brewed coffee) has been eliminated. The fact that single-serve systems offers choice offsets the fact that the cost per serve is up to 10 times more than brewing by the pot. The industry has finally achieved its long-standing goal to be able to price coffee the way it is consumed - by the cup! Cyrus would be proud with his legacy! ■

A lo largo de su actividad la Rudd-Melikian Inc. invenó y patentó diferentes productos innovativos, dentro de los cuales está la Brew-A-Cup, es decir, la primera máquina que permite la molienda istantánea del café y la sucesiva extracción del producto, propio como las actúales máquinas integradas por un molino de café "on-demand".
Con "Ice-A-Cup" era posible sacar el hielo, poniendolo directamente en el vaso o taza, mientras que Kwik-Kooker ha sido el primer horno microondas por uso profesional. Bob, hijo de Cyrus Melikian, ahora está a cabo de la empresa con el objetivo de extender las actividades en el sector de co-packing, traendola al nivel sucesivo!
Las monodosis de papel ABCD han demonstrado ser la solución perfecta. Están realizados con material biodegradable y no causan ningún daño al ambiente, además son productos extremamente adaptables, y permiten excelentes preparaciones de té y de café a precios más bajos, utilizando máquinas económicas y profesionales que existen hoy en día en el mercado.
Con los monodosis de papel "PodlPerfect" no llenaráis inútilmente los vertederos de plástico y materiales a granel que se disolverán en muchísimo tiempo. Y además las monodosis de papel cuestan menos que los de plástico!
El consumidor de café ha abrazado con entusiasmo los sistemas los monododis como manera fácil para preparar un café istantaneo. Para el tostadero representa por lo tanto un segmento de mercado muy pedido, que permite la comercialización de los propios productos con mayor control. Algunos especialistas apuntan que la cuantidad por cabeza referida al consumo de café se está inclinando al rebajo y con esta el interés de preparar una entera cafetera, tenendo que eliminar la cuantidad de café no utilizada. La empresa ha por fin logrado su objetivo: ahora es posible conocer un precio cierto por cada extracción en el momento en que se consume en la taza de café! Cyrus sería orgulloso de su herencia! ■

Advertiser Index | Índice de anunciantes

A
ANCAP pag. 17
ASACHIMICI pag. 4

C
CAFFÈ CULTURE pag. 53
CAPPELLINI pag. 7

D
DIDIESSE pag. 15

E
ELEKTRA pag. 5

I
ICOPERFEX pag. 9
IGV pag. 19
IMA INDUSTRIES SRL pag. 49
IMF pag. 25
IMS pag. 43
INDUSTRIA LIGURE CAFFÈ pag. 2
ITALMILL pag. 23

L
LA PICCOLA pag. 27
LF Ricambi per cucine professionali pag. 33

N
NUOVA POINT pag. 21

O
OPEM pag. 39

P
PANAFÈ pag. 29
PETRONCINI IMPIANTI pag. 1, 3
PLASTIMAR pag. 59
PROVEMA pag. 31

S
SCAA pag. 64
SCAE pag. 6
SCOLARI ENGINEERING pag. 13

T
TECMES pag. 30
TME pag. 55

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

Publisher – Editor
Elena Girolli

Registered Office - Sede legal
Via Locchi 26, 37124 Verona

Editorial Office - Redacción
Via San Lazzaro 5, 34122 Trieste
Tel.: +39 040 366692
Fax: +39 040 632669
E-mail info@newscai.com
http://www.newscai.com

Contributors - Colaboradores
Michele Cremon, Robert Melikian, Matjaz Ristic, Marco Zennaro

Translation
Mark Brady, Josè Francisco Medina Montero

Nothing in this publication may be reproduced in whole or in part without the written permission of the publisher (NEWSCAI)

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

A pod... is a pod... is a pod.

Or is it?

If it's not ABCD's ® PodPerfect®, it's just another Pod

K. Cyrus Melikian, the visionary co-founder of ABCD® invented "coffee pods" over 50 years ago! His realized goal was to brew fresh coffee, on-demand, one-cup-at-a-time! With his team, the entire industry was transformed with the development, creation and production of coffee pods, single-cup brewers and the machinery to pack pods. Cyrus has been credited many times by his peers as the creator of bio-degradable single cup paper pods long before land-filling plastic systems came on the scene!

Why PodPerfect®?

- **Perfect Grind** – precision ground to exact specifications for precise brew time and flow rate
- **Perfect Dose** – to reduce inconsistencies in brew yield and brew time
- **Perfect Tamp** – to reduce canting and bridging
- **Perfectly Fresh** – nitrogen flushed, vapor barrier offers extended shelf life
- **Perfect Partner** – ABCD does not compete with our customers

PodPerfect® Options – ABCD does it your way

- 7 gram 45 mm (ESE)
- 7 gram 55 mm (soft)
- 14 gram 55 mm (hard) double portion
- 8-12 gram Filter Coffee pod
- with tab; without tab; or a continuous tape, perforated
- bulk (loose) or bagged (1-6 pods/nitrogen flushed pouch)
- our film structure or yours
- printing on the pouch or pod
- printing on the easy open dispenser carton; custom counts
- order fulfillment; drop shipping; freight inclusive pricing

Now you know who we are! Don't settle for any pods! Choose PodPerfect - the original pods from ABCD. Give us a call and we will create a PodPerfect solution and show you how pods can improve your bottom line.

History In The Making

1940's
Kwik-Kafé - the world's first liquid frozen coffee concentrate

1950's
Brew-A-Cup - the world's first single-cup coffee program

1960's
Pod technology is licensed to an Italian entrepreneur

1970's
Flavor-Pods™ technology exported to the Netherlands

1980's
PodPerfect - the world's first pod co-packing facility

1990's
14 gram double portion pods are invented

2000's
It's déjà-vu as filter coffee pods are re-introduced

2010's
Guess what's coming!

To meet or talk to Bob Melikian @ SCAA, email him at ram@abcd-pods.com or call 610-563-0000

First In Pods • First In Pod Making Technology • First In Co-Packing

ABCD®

AUTOMATIC BREWERS AND COFFEE DEVICES, INC.
10 Union Hill Road, West Conshohocken, PA 19428-2745 USA
610.828.6000 • 800.939.1776 • abcd-pods.com • ram@abcd-pods.com

The coffee industry's BIGGEST SHOW OF THE YEAR is headed to PORTLAND, OREGON April 19-22, 2012.

WILL YOU BE THERE?

Visit scaaevent.org to learn more about special 2012 features such as:

BEST NEW PRODUCT 2012

TEXT YOUR VOTE in the People's Choice categories for the **BEST NEW PRODUCT COMPETITION!**

THIS YEAR WE INVITE ATTENDEES TO CAST THEIR VOTES FOR THE BEST PRODUCTS ON THE SHOW FLOOR.

THE ATTENDEE PROJECT

VIDEO CONTEST

SUBMIT YOUR VIDEO and enter to win $500 in the Attendee Project Video Contest!

ENTRY DATES: JAN 12 - FEB 12

navigate THE EVENT LIKE NEVER BEFORE.

Download the free Event smart phone app with the QR codes below:

iPhone Users
CLICK HERE TO DOWNLOAD >

Android & Blackberry Users
CLICK HERE TO VISIT MOBILE VERSION >

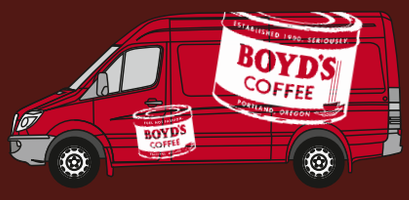
The SCAA is proud to welcome HONDURAS as our 2012 Official Portrait Country

scaa OFFICIAL PORTRAIT COUNTRY 2012

Café de HonduraS

Take a video tour of portland with our *OFFICIAL 2012 HOST*, BOYDS COFFEE!

Featured at the Opening Ceremonies.



✻ REGISTRATION IS OPEN NOW at SCAAEVENT.ORG ✻

ROASTERS GUILD COTY COFFEES OF THE YEAR

USBC BREWERS CUP

ROASTERS GUILD ROASTERS CHOICE COMPETITION

UNITED STATES BARISTA CHAMPIONSHIP

US CUP TASTERS CHAMPIONSHIP