

L'Horeca

come vocazione



MISCELE AD HOC PER IL FUORI CASA, CON UNA PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E DEL SERVIZIO PER LE SINGOLE ESIGENZE DELL'ESERCENTE. È QUESTA LA STRATEGIA DI MANUEL CAFFÈ, AZIENDA TREVIGIANA GUIDATA DALLA FAMIGLIA DE GIUSTI

Marco Bosi

MISCELE PER OGNI ESIGENZA

L'offerta di Manuel Caffè per il canale Horeca è vasta e comprende, tra gli altri, la linea Sublime, destinata in particolare al mondo del bar.

Si tratta di una miscela raffinata, dal sapore morbido, aromatico e fruttato. Con il suo profumo regala il meglio del caffè espresso, grazie alla percentuale di arabica superiore al 90 per cento.

Viene proposta in confezioni sottovuoto in atmosfera controllata attraverso una tecnologia innovativa che mantiene inalterate le caratteristiche organolettiche fino a 18 mesi.

L'OBIETTIVO È CREARE BUSINESS PER I CLIENTI, ATTRAVERSO UN'OFFERTA AD HOC E UN SERVIZIO STUDIATO PER OGNI SINGOLA ESIGENZA. È QUESTA LA BASE DELLA STRATEGIA DI MANUEL CAFFÈ, azienda di San Vendemiano, località nei pressi di Conegliano, in provincia di Treviso, al cui timone c'è la seconda generazione della **famiglia De Giusti**.

L'azienda, infatti, è stata fondata negli anni 50 da **Giuseppe De Giusti**, che, giovanissimo, inizia la sua attività di torrefattore in un'azienda di Conegliano. In pochi anni intuisce che è il momento di compiere delle scelte precise e aiutato dalla moglie Bruna apre il suo laboratorio artigianale del caffè con il nome di Manuel Caffè.

A distanza di mezzo secolo il laboratorio artigianale è diventato un'azienda dinamica e in costante crescita. Emanuela, Mauro e Cristina, ovvero la seconda generazione della famiglia, hanno portato in azienda i loro studi, le loro competen-

ze e nuove energie. In questo modo si è creato uno straordinario equilibrio tra innovazione e tradizione nel rispetto della missione storica della società che è e rimarrà sempre "deliziare il palato con il proprio caffè".

Bar Business ha voluto conoscere più approfonditamente questa realtà produttiva intervistando **Mauro De Giusti, direttore commerciale dell'azienda**.

Quanto è importante il canale Horeca per Manuel Caffè?

La nostra azienda lavora solo ed esclusivamente nel canale Horeca. La sua mission è aiutare il cliente a lavorare meglio e di più.

Manuel Caffè, infatti, non è un fornitore di caffè, ma un generatore di business per il suo cliente.

L'azienda ha creato un programma che aiuta e affianca il gestore del locale in tutti i modi, partendo da corsi di specializzazione sul tema caffè, sulla gestione dei bar, sul marketing e così via, creando dei supporti che migliora-



A fianco una tazzina firmata Manuel e un'immagine della campagna di comunicazione dell'azienda

no il locale, lo rendono più attraente, e contribuiscono a fidelizzare i clienti, offrendo dei prodotti specifici e adatti a soddisfare tutte le possibili esigenze.

OFFERTA E SERVIZIO PER I PUBBLICI ESERCIZI

Quali sono le miscele proposte ai pubblici esercizi?

La gamma è molto ampia: Manuel Caffè ha studiato una linea completa che rende conto dei diversi gusti a livello nazionale ed internazionale, e in base al posizionamento dei singoli esercizi pubblici.

La miscela DeGusto, per cominciare: 100% arabica pregiata, realizzata con monorigini tostate singolarmente per un piacere intenso e originale. Ma anche Sublime, miscela raffinata e leggermente fruttata, Aroma Bar, cremosa ed equilibrata, Solaroma, dalla corposità perfetta per l'espresso, e Decaroma, piena di gusto ma senza caffeina. Tutte queste miscele nascono dall'esperienza e dall'alta qualità che Manuel Caffè ha sviluppato in oltre mezzo secolo di lavoro.

Quali sono i plus dell'offerta e del servizio di Manuel Caffè nei fuori casa?

Il plus principale dell'offerta è la personalizzazione in base alle esigenze del singolo gestore. Manuel Caffè è un'azienda moderna, molto agile, e può offrire soluzioni e supporti realizzati su misura che garantiscono ai clienti un aumento e un miglioramento del loro business.

Abbiamo iniziato un percorso preciso di costruzione di un brand forte nel canale Horeca.

La specializzazione e il focus unico su questo mercato ci permette di capire le reali necessità dei suoi clienti e di venire incontro a queste esigenze con progetti mirati. Questo ha permesso a Manuel di affermarsi velocemente in alcune zone, diventando presto l'azienda leader, il punto di riferimento. Anche a livello internazionale è riuscita a conquistare delle posizioni interessanti in molti paesi.

Quali progetti e iniziative avete in cantiere per i prossimi mesi?

L'azienda è pronta per il lancio del prodotto DeGusto, la nuova miscela top di gamma che la famiglia De Giusti ha realizzato secondo una



L'azienda è pronta per il lancio del prodotto DeGusto, una nuova miscela top di gamma realizzata con una ricetta esclusiva

ricetta esclusiva e che verrà distribuita ai clienti in speciali barattoli da 2 kg realizzati con una tecnologia innovativa per mantenere inalterate le sue caratteristiche organolettiche. Il prodotto sarà supportato da originali materiali di comunicazione (leaflet informativi, espositori da banco che invitano alla prova, cartigli che accompagnano le tazzine di caffè) studiati per coinvolgere e incuriosire i consumatori.

In contemporanea, l'azienda continua a portare avanti il progetto SpazioCaffè, la caffetteria in franchising Manuel Caffè, che dopo il successo di Sarajevo e Treviso è pronta a conquistare altre città italiane e internazionali con nuove aperture.

Infine, da dicembre e per tutto il 2011, Manuel Caffè è protagonista di una campagna advertising sulle riviste specializzate del settore.

Una comunicazione elegante, istituzionale, sintetica e d'impatto, articolata in diversi soggetti che esprimono in modo chiaro ed originale tutte le qualità e i servizi che Manuel Caffè offre ai suoi clienti. ■

