TRIESTE E IL CAFFÈ, UNA TRADIZIONE LUNGA TRE SECOLI



Category: Food

È una storia di oltre 300 anni quella di **Trieste** nel comparto del caffè: la 9^edizione di **Triestespresso Expo**, la sua fiera biennale dedicata ai professionisti della filiera si è appena conclusa ed è stata l'occasione di discutere a tutto tondo su una filiera industriale particolarmente importante per l'economia italiana. Campus ed iniziative collaterali rivolte al settore B2B hanno decretato un successo di pubblico ed espositori a questa manifestazione organizzata per l'ultima volta dalla Camera di Commercio Venezia Giulia e dal Comune di Trieste nei vecchi magazzini vicini al mare presso la Centrale Idrodinamica, un'icona di archeologia industriale, in attesa della realizzazione di un nuovo centro congressi che sarà pronto per la prossima edizione del 2020. Patrizia Andolfatto, direttore di Aries Scarl, la società che ha materialmente curato l'organizzazione dell'evento, sintetizza in modo puntuale il programma di Triestespresso Expo: "due sono le parole chiave dell'edizione 2018: formazione e innovazione."



Tra i 200 espositori di molti Paesi, numerose le torrefazioni italiane presenti, ma nessuna con colori più sgargianti di **Lucaffè**: nata come piccola torrefazione artigianale nel 1996 sulle sponde bresciane



del lago di Garda a **Padenghe** per la passione e all'intraprendenza di **Gian Luca Venturelli**, l'azienda è cresciuta a ritmi sostenuti nella sede di **Roncadelle** (Bs) in cui, oltre agli impianti per la tostatura e macinazione del caffè, furono installati innovativi impianti di confezionamento in cialde in carta. L'azienda si è poi ulteriormente espansa trasferendosi nella nuova sede di **Carpenedolo** (BS) a pochi passi dall'altra azienda condotta da Gian Luca Venturelli, che produce e distribuisce esclusive macchine per caffè espresso a cialde in carta a marchio La Piccola (www.lapiccola.it). La crescita di volumi è stata impressionante; da un milione di cialde all'anno a due milioni di cialde al mese in meno di 14 anni: un'offerta di prodotti da multinazionale, che la portano ad esportare in oltre una cinquantina di Paesi compresa la nuova Zelanda, ma con la qualità della torrefazione artigianale italiana. Ma al di là dei prodotti e della qualità della materia prima, ha contribuito al successo di Lucaffè anche l'immediata riconoscibilità della sua immagine: con il suo sfondo rosso vivo ed il logo con immagini allegre, comunica la gioia di vivere ed il piacere di bere una tazzina di un prodotto che vuol portare anche una dose di edonismo e di buon umore.

www.triestespresso.it
www.lucaffe.com

(Leonardo Felician)