

I NUOVI TREND
RACCONTATI DAI BLOGGER
DI BeMyHost

SIC
UN'OPPORTUNITÀ UNICA PER
CONOSCERE IL MERCATO

EVENTI
GLI APPUNTAMENTI
PER GLI OPERATORI



International Hospitality Exhibition
23_27.10.2015 fieramilano



MILANO 2015



FIERA MILANO

Official Partner

(((WWW.HOST.FIERAMILANO.IT)))



HOST & CAFFÈ, L'OSPITALITÀ INCONTRA IL BUSINESS

Tutte le tendenze e le novità
da torrefattori e produttori

SALONE Internazionale del Caffè



Un Host formato XXL

Il caffè è il grande protagonista anche in questa 39ª edizione, con **quattro padiglioni** dedicati, oltre **500 aziende partecipanti**, di cui il 30% provenienti da 31 Paesi stranieri, tra cui le **new entry Singapore, Cipro e Norvegia**. Ci saranno come sempre i top player, ma anche piccole realtà emergenti.

I numeri di Host

quest'anno sono da capogiro. Oltre al caffè, a Host si incontra tutto il mondo dell'HoReCa e del Retail:

1900 aziende,
il 40% dall'estero

1.500 top buyer internazionali profilati da **60 Paesi**, che incontreranno gli espositori grazie alla piattaforma **Expo Matching Program** che si prevede genererà **56.800 appuntamenti dedicati**

Oltre 140 mila visitatori professionali attesi

La Top 5 dei Paesi rappresentati: Germania, Francia, Spagna, Usa e Svizzera.

3 macro aree dedicate a: **Ristorazione professionale e Pane, Pizza, Pasta; Arredo e Tavola**, mentre il mondo **Caffè** dialogherà con **Tea** ma anche con **Bar, Macchine per caffè, Vending e Gelato Pasticceria**

5 giorni la durata di Host, **dal 23 al 27 ottobre** in Fieramilano a Rho, durante gli ultimi giorni di EXPO MILANO



IL NUOVO CAFFÈ IN GIRO PER IL MONDO, NELLE PAROLE DEI BLOGGER DI BEMYHOST

Una finestra su una realtà sempre più globalizzata, con il racconto delle tendenze dai 5 continenti: ce la garantiscono i 16 giornalisti/blogger di BeMyHost (<http://www.host.fieramilano.it/News-blog>) provenienti da altrettanti Paesi.

Il terzo millennio si apre all'insegna del caffè

● Mai nella storia dell'umanità si è consumato tanto caffè. Lo afferma **Nelson Carneiro**, Host Ambassador per Spagna e Portogallo. Abitudine radicata o novità diventata status symbol, il caffè è entrato in tutte le culture, in tutte le miscele e processi di estrazione. Cappuccino ed espresso, ma anche caffè nordico, arabo e turco: tutti amano sperimentare nuove varianti.

Artigiani torrefattori grandi sacerdoti della qualità

● **Luciana Bianchi** dal Brasile racconta il mondo segreto dei torrefattori artigianali, una categoria sempre più diffusa. Amanti e grandi conoscitori del prodotto, hanno uno scopo nella vita: realizzare "la tostatura perfetta". Il giudizio finale è affidato ad attente degustazioni da parte di esperti, che hanno luogo di continuo a Panama, in Perù, Bolivia e Brasile.

Emirati Arabi Uniti tra hi-tech e tradizione

● Il caffè nei Paesi arabi è una tradizione antica, come ci racconta **Judy Sebastian**. Qui arrivano i chicchi più prestigiosi da tutto il mondo. E la tradizione si mescola alla modernità. Un esempio è la Marlow 200 di Costa all'aeroporto di Dubai, sviluppata con Intel, Microsoft e Atomhawk e disegnata

da Pininfarina "per soddisfare i cinque sensi dell'amante del caffè". E a casa si può ordinare alla macchina un caffè dal proprio smartphone.

Giappone, arrivano le caffetterie boutique

● Nella patria che ha fatto del bere tè una cerimonia sono arrivate le caffetterie. Ma per intonarsi alla sensibilità giapponese hanno un'anima design. Come gli Omotesando Koffee, ci spiega **Melinda Joe**, o i locali aperti dal torrefattore americano Blue Bottle, fuori dai quali si formano lunghe code. A Tokyo, in stazioni e metro, spuntano le vending machines con "consigli per il consumo" e pratici comandi touch screen. Alcune propongono anche il caffè americano.

In Russia si allargano i confini della "geografia del caffè"

● Scuro, tostato "all'italiana", bevuto prima o durante i pasti, raramente alla fine: erano le caratteristiche del caffè "alla russa". Abitudini che stanno cambiando, con l'avvento di nuovi stili come il tostato fresco di matrice nordeuropea. Così ci dice **Alena Melnikova**, che racconta anche della diffusione delle catene internazionali, e di una maggior conoscenza e attenzione verso il prodotto da parte dei nuovi bar di Mosca e San Pietroburgo, che stanno lentamente contagiando anche i ristoranti.

MILLE BLEND DI CAFFÈ PER UN PALCOSCENICO GRANDE COME IL MONDO



Quest'anno l'area Caffè-Tea, Bar, Macchine caffè, Vending di Host aumenta gli spazi espositivi, segno di un forte interesse da parte degli attori del settore. Del resto il SIC, Salone Internazionale del Caffè di Host, da sempre grande punto di riferimento per il mondo della caffetteria, è un'opportunità unica per le aziende di farsi conoscere ai mercati internazionali e dialogare e confrontarsi tra loro e con gli altri attori della filiera: produttori, torrefattori, costruttori di macchine, baristi e, trasversalmente, con tutto il mondo ho.re.ca. Proprio perché il caffè sta vivendo una fase di grande espansione in tutto il mondo, oggi è più importante che mai saper cogliere le tendenze che percorrono questo settore e i desiderata dei consumatori, vecchi e nuovi. Ma quali sono le tematiche più "calde"? Ce le raccontano dal loro punto d'osservazione privilegiato alcuni tra gli espositori di Host 2015.

Internazionalizzazione e globalizzazione

● Il caffè è ormai prodotto globale, e necessita di un palcoscenico internazionale: "La forte vocazione all'internazionalità di Host ci ha permesso di ottenere un ottimo ritorno commerciale durante le ultime due edizioni. Per noi è una vetrina importante, soprattutto quest'anno che ci vede impegnati in Expo Milano come coffee partner", dicono a **illycaffè**. Per **Danesi Caffè**: "La partecipazione ad Host è un veicolo insostituibile di promozione perché permette di raggiungere in modo diretto e conveniente un pubblico di clienti potenziali". Secondo **Gruppo Cimbali**: "Host rappresenta un'importante vetrina dove raccontare le novità e, con esse, l'impegno sui marchi, sui prodotti e sull'innovazione, oltre a un ideale palcoscenico dove poter invitare i propri clienti da tutto il mondo".

Innovazione e design

● "L'innovazione appartiene a un prodotto agricolo stagionale come il caffè. Nuove piantagioni, nuovi produttori e coltivatori, cambiamenti climatici e di processo determinano una materia prima sempre diversa e con caratteristiche da scoprire", spiegano da **Sandalj**. "Fare innovazione significa percorrere strade non ancora battute che siano in grado di soddisfare i cosiddetti bisogni latenti. È un'attività dispendiosa e per questo occorre che sia orientata a fornire reale valore aggiunto al mercato", dicono da **Nuova Simonelli**.

Innovazione coincide con design nella mise en place, come assicurano da **Ancap**: prodotti global e trasversali casa-albergo, eye catching e compatibili con i nuovi device sono le direzioni verso le quali l'azienda si sta muovendo, perché "solo le novità sono in grado di risvegliare l'interesse dei consumatori delle varie macro-aree globali". Innovare vuol dire anche rivisitare la tradizione in chiave moderna. Come per esempio quella della Cuccuma, l'antica caffettiera napoletana, che **Kimbo** ha saputo reinterpretare incontrando la passione per il Black Coffee dei consumatori stranieri.

Storytelling e dinamiche social

● Oggi non basta avere un "buon" prodotto, è fondamentale saperlo raccontare. Dal vivo, con i corsi ma anche tramite blog, siti internet ricchi di materiali, social network sempre aggiornati con le novità e contenuti coinvolgenti. "Il Social Media Marketing ci permette una comunicazione più diretta e meno istituzionale con i nostri clienti", confermano a **Caffè Diemme**.

Formazione sempre più cruciale

● Fondamentale per trasmettere le caratteristiche del prodotto sono i corsi, che "permettono di formare figure che diventino loro stessi strumento per concretizzare la nostra idea di innovazione", dicono a **Caffè Diemme**. Secondo **CMA/Astoria**: "Il cliente è un partner strategico con cui condividere le nostre conoscenze e la nostra visione".





Sostenibilità, dal processo al prodotto

● Un tema imprescindibile oggi è quello della sostenibilità: del prodotto, delle risorse, dei processi. Le macchine per caffè "green" riducono i consumi energetici anche del 40/50%. Punta su detergenti privi di fosfati e confezioni riciclabili al 100% **Wega**, che ha lavorato anche sui processi aziendali, implementando automatismi di spegnimento e sistemi anti dispersione, raccolta differenziata e sistemi per la purificazione e il reimpiego dell'acqua e fa 150 ore annue di formazione dei dipendenti sull'utilizzo delle fonti energetiche. **Nuova Simonelli** pensa a macchine per tutelare il benessere psico-fisico del barista, ricicla al 98% i vecchi prodotti e ha un nuovo stabilimento energeticamente autosufficiente.

Facilità d'uso, interazione e performance

● Un grande sì va alla tecnologia. Il digital ad esempio rende le macchine dialoganti e interattive, velocizzando la comunicazione azienda-cliente, e consente di salvare e analizzare i dati operativi. Hi-tech poi va a braccetto con user-friendly, come spiega **Rancilio Group**: "L'obiettivo dell'innovazione è dare al barista l'opportunità di concentrarsi esclusivamente sul proprio core business, senza sprecare tempo, energie ed ingegno nell'apprendere come interagire con i vari comandi e pilotare la macchina per il caffè". La facilità d'uso è fondamentale ma **CMA/Astoria** ritiene

che "la tendenza all'automatizzazione possa convivere con una professionalità di livello elevato e che il futuro di quest'ultima non debba necessariamente limitarsi a virtuose nicchie di mercato". Secondo **Caffè Corsini** "ci sarà sempre di più una distinzione netta tra i professionisti aggiornati che conoscono quello che fanno, e il mercato del monoporzionato. Da una parte il professionismo e i locali che fanno tendenza, cultura e innovazione e dall'altra il comparto casa con la vendita di altre tecnologie". Per **Dalla Corte**: "In tutto il mondo cresce l'attenzione nei confronti della qualità in tazza, dunque di apparecchiature in grado di offrirla con continuità". E grazie alla tecnologia dopo il mondo il caffè ha conquistato nuovi orizzonti con **Lavazza** e la sua ISSpresso, "pilotata" dalla nostra Samantha Cristoforetti sulla ISS: prima donna-barista nello spazio!

I "terroir" del caffè e i microrrefattori

● "La consapevolezza di chi consuma è cresciuta molto. Per questo da diverso tempo abbiamo ampliato la gamma con caffè speciali e certificati, e cerchiamo di accompagnarla proponendo dei corsi su assaggio, tostatura e conoscenza della materia prima" spiegano da **Imperator**. Secondo **La Marzocco**: "La tendenza più significativa che sta emergendo nel settore del caffè è la micro-torrefazione, passata da pratica di nicchia a tendenza globale, e si diffonde la tostatura del caffè verde al momento".

Uno dei plus di Host

è il fitto carnet di eventi: oltre 400 appuntamenti tra performance, seminari, workshop, show cooking ed esibizioni. Il mondo del Caffè, Bar e Vending vedrà la presenza dei principali stakeholder, baristi e trainer internazionali per incontri che saranno preziose occasioni di confronto, formazione e informazione. Eccone alcuni:

Le All Stars di WCE brillano ancor più

● All-Stars: What it takes to be Great è il programma che WCE, World Coffee Events, porterà a Host2015 perché qui si incontreranno i professionisti del settore da tutto il mondo. Campioni e finalisti di importanti contest internazionali saranno i protagonisti di interviste, dimostrazioni ed eventi di spessore perché, come dice Cindy Ludviksen di WCE, "possiamo imparare molto dalla condivisione di storie di successo".

Approfondimenti con SCAE

● SCAE, Speciality Coffee Association of Europe, e i suoi professionisti porteranno anche in questa edizione di Host importanti momenti di approfondimento, seminari, corsi e tasting.

Enjoy the Table con ALTOGA

● ALTOGA, l'Associazione dei torrefattori lombardi e importatori di caffè e dei grossisti alimentari, sarà a Host con Enjoy the Table, evento in cui i torrefattori dialogheranno con il mondo della mise en place e con l'associazione ART, Arti della Tavola e del Regalo.

(((PRENOTA LA TUA VISITA)))

Partecipa ad Host?

All'indirizzo www.host.fieramilano.it/pre-registrazione è possibile acquistare un biglietto di ingresso o preregistrarsi bloccando il biglietto a prezzo ridotto. **A partire da soli 48 Euro**, è possibile visitare sia Host che Expo Milano, i due eventi clou dell'anno che si svolgono a poche centinaia di metri di distanza tra loro.

Arrivi in auto?

Ricordati di prenotare il parcheggio, perché durante lo svolgimento di Host, negli ultimi giorni di EXPO, il traffico sarà intenso e i posti sono limitati