Anno I | Numero 1
Agosto-Gennaio 2021

ENJOY MAGAZINE COFFEEBREAK

Registrazione al Tribunale di Catania n.7 del 18/05/2021

COSTA GROUP
L'intuito: la chiave del successo

CAFFÈ BORBONE
La cialda compostabile

LUXURY SICILY
La pausa caffè a bordo degli yacht di ***Taormina Luxury Charter***

NESPRESSO
UN PREMIO PER LA SOSTENIBILITÀ

Powered by media company group

media company group
ADV MO PHOTOAGENCY

Risveglia i sensi

ZITO CAFFÈ

www.zitocaffe.com

Via Germania, 95040 Camporotondo Etneo (CT)
Tel. +39 095 7272918 - zitocaffe@zitocaffe.it

EDITORIALE

Marco Ognissanti
Editore

Inizia ufficialmente un nuovo percorso che ho fortemente voluto e programmato. Enjoy Coffee Break è un periodico giovane e innovativo attraverso il quale vogliamo raccontare il mondo legato alla pausa caffè. Ci rivolgiamo a un target sia B2B che B2C puntando su una grafica moderna e su immagini di alta qualità, tratto distintivo del mio lavoro di creative director & photographer, basato sulla forza di opere visive capaci di emozionare e valorizzare aziende e realtà.
Questo magazine è legato a un progetto specifico su cui io e il mio team stiamo lavorando ormai da mesi: Expo Coffee Break, una fiera internazionale sul mondo del caffè e della pausa caffè che coinvolge non soltanto l'Italia ma anche il bacino del Mediterraneo e i Paesi ad esso rivolti come quelli del Nord Africa o Stati come Grecia, Jugoslavia, Spagna.
Il magazine conta sul supporto di Media Company Group, agenzia di comunicazione e marketing di alto profilo ed esperienza trentennale, che si avvale del lavoro di professionisti dell'immagine visiva, giornalisti e fotografi per la realizzazione di servizi giornalistici, approfondimenti, interviste, rubriche.
Vi racconteremo le novità del settore, le storie di imprenditoria con focus sul nostro territorio ma con uno sguardo al resto d'Italia. Iniziamo, quindi, questo viaggio fianco a fianco.
Buona lettura a tutti voi!

Alessandra Bonaccorsi
Direttore Responsabile

Ho accettato la direzione di questo magazine per due motivi. Prima di tutto perché sono spinta da una sana curiosità e dalla voglia di sperimentare nuove vie professionali. In secondo luogo perché conosco Marco Ognissanti da anni e so bene quanto grande sia l'entusiasmo che mette nei suoi progetti. E questo non fa eccezione. Lo ha voluto, lo ha proposto, lo ha sviluppato con l'ottimismo che lo contraddistingue. Ed eccoci qui a presentare il primo numero di Enjoy Coffee Break nel quale vi proporremo interviste, approfondimenti, articoli sul mondo della pausa caffè.
Avremo un occhio di riguardo per la sostenibilità ma anche per le storie a noi più vicine, quelle legate al nostro territorio, daremo voce a imprenditori di qualità che si spendono ogni giorno per sviluppare progetti e iniziative. Proveremo a raccontare il settore a tutto tondo soffermandoci su novità di brand, su partnership strategiche, su attività non soltanto economiche ma anche sociali.
Siamo pronti, quindi, per lanciare ufficialmente questo periodico strettamente legato a Expo Coffee Break, la fiera internazionale che aprirà le porte (per la prima volta in Sicilia) a Febbraio.

SOMMARIO

10

16

20

Caffè Vergnano E Coca-Cola Hbc | Accordo di distribuzione per l'estero **6**

Gaggia | L'impegno per l'Italia **7**

Caffitaly e Kimbo | Avviata la partnership **7**

Illycaffè | Lo sviluppo della rete **8**

LaCimbali | Il Caffè Espresso in alta quota **9**

Guida del Camaleonte | La prima mappa per caffè e torrefazioni **9**

Costa Group L'intuito: la chiave del successo **10**

Peluso1964 | La valorizzazione della tradizione siciliana **14**

Mennùla| l'amaro siciliano che rievoca la mitologia greca **15**

Caffè Borbone | La cialda compostabile **16**

Nespresso | Un premio per la sostenibilità **17**

Espresso Bio di Caffè Mottà 18

Faema E61 | Compie 60 Anni e lancia la limited edition **18**

Luxury Sicily | La pausa caffè a bordo degli yacht di Taormina Luxury Charter **20**

Anno I | Numero 1
Agosto-Gennaio 2021
Registrazione al Tribunale di Catania n. 7 del 18/05/2021

Editore
Media Company Group Srl

Direttore responsabile
Alessandra Bonaccorsi

Direttore Artistico e Fotografo
Marco Ognissanti

Fotografi Collaboratori
Massimo Portoghese
Pietro Vermigallo
Alessandro Sasso

Videomaker
Marco Ognissanti

Hair Style e Make up
Alessia Capici

Stylist
Valentina Mauro

Agenzia di Modelle
Mo Photoagency

Modelle/i
Arianna Raiti, Lorenza Zappalà, Vittoria Palmeri, Bianca Barnat, Giada Maccarrone, Samuele Grasso, Filippo Vitale, Marco Macellino, Goffredo Ghartey, Greta Bertone, Fatou Ciss Ndeye

Location
Città di Noto
Taormina Luxury Chatter

Impaginazione e grafica
Mariagrazia Spampinato

Tipografia
Italgrafica
Via A. Ferrara 157, Aci S.Antonio (Ct)
con il supporto di
Litostampa Idonea
Via Francesco Cilea 38, Catania

Powered by | media company group
mediacompanygroup.it

In Partnership | MO PHOTOAGENCY
mophotoagency.it

coffee break
expocoffeebreak.it

Per la vostra pubblicità contattateci su
info@mediacompanygroup.it
Tel. 095.8365806 | Cell. 392.9274813

Visita
A'Dayer
Arabia Saudita
Capitale del Caffè
INTERNATIONAL
Coffee
WEEK
NOV 2021
الأُسبُوعَ
العَالَمِي
لِلقَهْوَة
Per Maggiori Informazioni:
Coffee@callofculture.com
NOV 2021

CAFFÈ VERGNANO E COCA-COLA HBC | Accordo di distribuzione per l'estero

I prodotti di Caffè Vergnano saranno distribuiti in esclusiva al di fuori dell'Italia nei territori di Coca-Cola HBC, che opera in **28 Paesi**, in tre Continenti. Lo sancisce l'accordo siglato tra le due aziende che include, inoltre, la cessione da parte di Caffè Vergnano del 30% della sua compagine azionaria.
La società di caffè sottolinea che "l'accordo non impatterà sul mercato italiano né strategicamente né a livello distributivo e la governance sarà mantenuta dalla famiglia Vergnano".
Obiettivo della partnership è quello di posizionare il marchio Caffè Vergnano con la sua gamma prodotti nel **segmento premium** all'interno dell'offerta globale di Coca-Cola HBC e di beneficiare del **potenziale di espansione** attraverso la rete e le capacità commerciali leader della multinazionale.

"La firma di questo accordo con Coca-Cola HBC rappresenta un momento importante per l'evoluzione di Caffè Vergnano: è la conferma di come un family business gestito in modo coerente e consapevole possa raggiungere grandi obiettivi senza perdere la propria natura e i propri valori" dicono **Franco e Carlo Vergnano**, rispettivamente ceo e presidente di Caffè Vergnano.

Dal canto suo, **Zoran Bogdanovic**, ceo di Coca-Cola HBC, sottolinea l'entusiasmo per questo accordo e dichiara: "Con Caffè Vergnano, abbiamo la possibilità di costruire un portafoglio completo di caffè capace di soddisfare le diverse preferenze dei consumatori".

GAGGIA | L'impegno per l'Italia

In risposta all'emergenza pandemica e alla forte battuta d'arresto che è seguita, il brand Gaggia lancia un'iniziativa che intende supportare i settori dell'ospitalità e della ristorazione. "Sentiamo il dovere morale di trasmettere un deciso segnale di ripartenza all'intero **settore horeca**" spiega l'azienda.

Il progetto **Gaggia per l'Italia** è un concept emozionale incentrato sui valori umani e sulla vicinanza tra brand e persone. Ma è anche un'azione commerciale che ha l'obiettivo di **promuovere il consumo di caffè** nei bar, ristoranti e hotel, e incoraggiare i singoli gestori a rinnovare la propria immagine attraverso l'installazione di una nuova macchina da caffè e relativo macinadosatore Gaggia Milano.

Il torrefattore potrà beneficiare di una speciale promozione a fronte dell'acquisto dei prodotti del marchio mentre i gestori dei locali avranno accesso a scontistiche esclusive sulle miscele e, a loro volta, si impegneranno a promuovere il consumo di caffè all'interno dei propri locali attraverso la sottoscrizione di una **Fidelity Card** dedicata.

CAFFITALY E KIMBO | Avviata la partnership

I prodotti a marchio Kimbo saranno commercializzati nei canali di vendita Caffitaly, ovvero l'ecommerce proprietario, i negozi monomarca Caffitaly e la rete di negozi multimarca specializzati in rivendita di capsule. È quanto prevede l'accordo siglato tra le due società.

Caffitaly è un'azienda in forte espansione nel mercato del caffè monodose che conta oltre **150 milioni di fatturato** e una presenza radicata in oltre **70 Paesi** nel mondo. Kimbo registra un fatturato di circa **200 milioni** ed è presente sia in Italia (in tutti i canali distributivi) sia all'estero.

"Affiancare l'eccellenza organolettica del caffè Kimbo all'eccellenza del nostro sistema di estrazione, che già fornisce ai consumatori un'esperienza mai provata prima, ci consente di iniziare un sodalizio inarrivabile che darà ancor più valore aggiunto al prodotto che offriamo quotidianamente ai clienti" afferma l'Ad di Caffitaly **Giuseppe Casareto**. Con questo accordo, Kimbo amplia ulteriormente la propria base di consumatori come sottolinea **Roberto Grasso**, Ad di Kimbo: "Siamo particolarmente soddisfatti di questo nuovo progetto che consente a Kimbo di arricchire la propria offerta nel mercato dei monoporzionati".

ILLYCAFFÈ | Lo sviluppo della rete

Nuove strutture sul territorio italiano potenziano la presenza di Illycaffè che ha aperto il secondo locale a gestione diretta nella sua città natale, **Trieste**, all'interno dello storico Palazzo Berlam affacciato sul Canal Grande. Il brand ha, inoltre, realizzato uno spazio all'interno della Rinascente di **Milano**.

Lo store triestino si sviluppa su 305 mq suddivisi tra il piano terra e l'area esterna con vista sulle rive della città. In store è visibile il richiamo all'arte con il mosaico raffigurante il **primo marchio illy** disegnato nel 1934 dal graphic designer Xanti Schawinsky. Spicca il lampadario di tazzine firmato dai grandi maestri dell'arte contemporanea.
Il locale propone **un'offerta diversificata** per i vari momenti della giornata: con le miscele illy, nelle tostature Classiche, Intenso e Forte, e prodotti di piccola pasticceria insieme a soluzioni per pranzo e cena. All'interno del ristorante è possibile degustare in esclusiva alcune proposte disponibili solo nei concept retail illy come i caffè Arabica, finalisti dell'ultima edizione dell'Ernesto Illy International Coffee Award o le più recenti ricette di stagione.

LaCIMBALI | Il Caffè Espresso in alta quota

L'espresso conquista la cima più alta del mondo. LaCimbali, brand di Gruppo Cimbali, produttore di macchine da caffè professionali, è riuscito a portare i suoi prodotti sul monte Everest da offrire agli escursionisti. Il primo campo base si trova a 5.400 metri d'altezza, al confine tra la Cina e il Nepal, sul versante nepalese, ai piedi del Ghiacciaio Khumbu. La macchina per espresso LaCimbali M23 UP, trasportata e recapitata in elicottero, è ergonomica, robusta e realizzata in acciaio. Ha un sistema a termosifone a ugello fisso. Il progetto nasce dalla collaborazione tra Gruppo Cimbali e il distributore in Nepal One House Solution.

Guida del camaleonte

la prima mappa per caffè e torrefazioni

Come rintracciare le torrefazioni italiane? Come avere informazioni specifiche? Per rispondere a questi quesiti Andrej Godina, caffesperto, PhD in Scienza, Tecnologia ed Economia nell'Industria del Caffè, e Mauro Illiano, caffesperto e recensore gastronomico, hanno dato vita a un progetto articolato e approfondito sul settore. È la Guida del Camaleonte. Si tratta di una vera e propria bussola sui caffè e sulle torrefazioni dislocati sul territorio nazionale.

La guida sarà sviluppata esattamente come quella dei vini con una presentazione della torrefazione e la valutazione dei caffè sottoposti ad assaggio, con note sintetiche di degustazione. I due ideatori tralasciano aggettivi come intenso, forte e aromatico, tradizionalmente usati per esprimere un giudizio sul caffè, e optano per termini come flavore, tostatura, note aromatiche.
L'uscita ufficiale è prevista per gennaio 2022 sia in forma cartacea che digitale con relativa applicazione che permetterà di cercare i caffé in base alla tipologia: ossia grani, moka, monoporzionato, qualità, certificazioni.
Le torrefazioni saranno raccontate con informazioni dettagliate, indirizzo e contatti compresi.
Saranno disponibili, inoltre, video lezioni sulla filiera del caffè e tutorial sui metodi di preparazione con spazio alle ricette a base di caffè.

COSTA GROUP
L'intuito: la chiave del successo

Una storia aziendale nella quale spirito imprenditoriale e capacità di cambiamento sono stati determinanti. Oggi Costa Group gestisce in Sicilia un'importante piattaforma logistica multibrand

di Alessandra Bonaccorsi

Alessandro Costa, ceo dell'azienda Costa Group, guarda con compiacimento un distributore automatico che fa bella mostra di sé sul perimetro di una lunga parete, sistemato in uno degli uffici di quella che oggi è la sede della sua azienda, a Piano Tavola (Ct).
Mentre sorseggiamo un caffè, lo indica con orgoglio e dice: "È iniziato tutto da lì".
Quell'erogatore di pop corn, che oggi contiene cialde e capsule di caffè, segna il primo passo di un **percorso imprenditoriale in continua crescita**. Era il 1995: Alessandro Costa lo avevo installato nella villa comunale di Acireale. Il distributore, ormai in disuso, è un cimelio vero e proprio a cui il ceo del gruppo non vuole rinunciare: è il segno tangibile della strada fatta, dei risultati ottenuti, di come si era e come si è diventati.
Oggi Costa Group è una piattaforma di distribuzione ingrosso, punto di riferimento per la Sicilia per varie categorie merceologiche: caffè torrefatto, bevande e dolci preconfezionati.

L'imprenditore siciliano, affiancato dai figli Gabriele e Alessandro, torna a ritroso nel tempo regalandoci i ricordi delle tappe più importanti che lo hanno condotto ad oggi, a partire da quel lontano 1995.
La sua visione imprenditoriale ha permesso

al gruppo di costruire, passo dopo passo, un **progetto solido** e articolato nel quale sono stati coinvolti non soltanto i figli ma anche il fratello e i nipoti. Un **team familiare** che ha camminato fianco a fianco alimentando la forza imprenditoriale della società.

"Da quel distributore nacque l'intuizione di avviare un business nel mondo del caffè e del vending, macchine e distributori automatici da caffè da offrire in comodato d'uso per aziende e privati -spiega **Gabriele Costa**, responsabile commerciale del gruppo-. Il nostro percorso è segnato da tappe e cambiamenti importanti che hanno potenziato l'evoluzione della nostra azienda. Abbiamo intrapreso attività e fatto scelte al passo con i tempi puntando su strategie dimostratesi vincenti".

La tappa successiva è datata 1999. Quell'anno ci fu l'**esplosione del monoporzionato**, un altro momento decisivo del settore in cui l'intuito, ancora una volta, fu determinante.
L'azienda Costa Group conquistò, infatti, il settore proponendo cialde e capsule.

"L' incremento di vendite del settore caffè si attesta attorno al 45-50% ogni anno. Nel 2020, caratterizzato dall'emergenza sanitaria e da un'impennata del consumo domestico, ha sfiorato +60%".

Gabriele Costa

"Abbiamo deciso da quel momento in poi di avviare la distribuzione automatica con una presenza capillare sul territorio" chiosa Gabriele Costa.

Il mercato va avanti, la storia aziendale prosegue, il management del gruppo sposa iniziative, pianifica e progetta nuove soluzioni. Il 2007 segna un'ulteriore svolta, determinata da un incontro destinato a cambiare la rotta fin lì seguita. Il cambiamento ha un nome ben preciso, diventato iconico nel mondo del caffè: **Borbone**. "Da allora sono diventati nostri partner. Insieme realizzammo il primo negozio in Italia specializzato nella vendita di caffè monoporzionato in cialde e capsule -prosegue Costa-. Questo percorso, caratterizzato da un'attività monobrand, culmina nel 2015, anno in cui di fatto nasce l'attuale piattaforma logistica multibrand". Il resto è storia.
L'attività di Costa Group nel tempo ha diversifcato il suo raggio d'azione ampliando anche le **opportunità di business**: da un lato nel settore retail con l'apertura di due Costa store, situati nei centri commerciali etnei I Portali e Porte di Catania, con un'offerta di prodotti food e beverage, dall'altro con l'apertura della Caffetteria, aperta a fine 2019 al centro commerciale I Portali di San Giovanni La Punta (Ct).

"QUELLO CHE CI INTERESSA COME GRUPPO È DI POTENZIARE IL NOSTRO BUSINESS PUNTANDO SU SPECIFICI VALORI: PROFESSIONALITÀ ED EFFICIENTE SERVIZIO AL CLIENTE -CONCLUDE GABRIELE COSTA-. IL FUTURO? VORREMMO ENTRARE NEL MONDO DELL'HORECA".

#COSTACAFFÈ
#LATUACAFFETTERIAITALIANA

www.costa-caffe.it

#COSTACAFFÈ

La tua "Third Home" dove vivere una coffee experience davvero unica e dal sapore tutto italiano

C.C. I Portali Via Catira - San Giovanni La Punta (Ct) | Tel.095 380 0053

PELUSO1964 | La valorizzazione della tradizione siciliana

La storia di **Peluso1964** ha origine nella cittadina barocca di Modica, oltre mezzo secolo fa, all'interno di un piccolo laboratorio artigianale. Il fil rouge che negli anni è rimasto saldo è l'amore per i sapori della Sicilia, unito al rispetto per i tempi della natura. Ben tre generazioni si sono succedute alla guida del gruppo, tutte accomunate dallo stesso credo: la valorizzazione dei **prodotti del territorio** e l'attenzione verso la clientela.
"I nostri prodotti -spiega **Maria Grazia Peluso**, responsabile marketing dell'azienda- profumano di forno come una volta. Tutto ciò si manifesta con la fervida fantasia dei nostri maestri pasticcieri, ideatori di un'infinita gamma di prodotti 100% siciliani".

Gli ingredienti principali delle ricette sono selezionati in modo certosino per conferire quel quid che contraddistingue l'azienda. Mandorle di Avola, Pistacchio di Bronte, Sale di Mothia, Arance di Franconfonte, Limone Verdello di Siracusa, Farine di Molitorie Siciliane tra le più fini, pregiata Pasta di Cacao dell'Ecuador: queste sono le gemme da cui nascono le creazioni della Peluso1964.
Inoltre, il **metodo di lavorazione** è rigorosamente artigianale e dà vita a prodotti ormai iconici, come la Pasticceria di Mandorle ed il Cioccolato di Modica Igp. Una menzione particolare meritano i prodotti da ricorrenza, ovvero i Panettoni e le Colombe.

"Il nostro panettone artigianale, frutto di sapiente esperienza e tradizione, è un capolavoro -sottolinea Maria Grazia Peluso-. È realizzato osservando scrupolosamente fondamentali regole, prima tra tutte la cura meticolosa nella scelta degli ingredienti. A ciò si unisce un lento processo di lievitazione naturale lungo ben 36 ore, dal quale scaturiscono la sua straordinaria sofficità ed alveolatura. Inoltre è un prodotto ad alto indice di digeribilità -prosegue-. La qualità, la sicurezza, le caratteristiche e gli aspetti nutrizionali di tutti i nostri prodotti sono i valori che ogni giorno ci guidano, portando avanti con determinazione la tradizione con evoluzione, per raggiungere e mantenere nel tempo la nostra sfida: l'eccellenza del prodotto.
Del resto, come diceva Aristostele: *L'eccellenza non è un atto, ma un'abitudine*".

MENNÙLA | L'amaro siciliano che rievoca la mitologia greca

Lo scrittore Gabriel García Márquez associava l'odore delle mandorle amare al destino degli amori contrastati.
Per valorizzare un prodotto tipicamente legato alla Sicilia, due intraprendenti imprenditori siciliani, **Antonio Rosano** e **Giovanni Samperi**, hanno dato vita al progetto Mennùla (mandorla in dialetto): un amaro dal gusto deciso, intenso e aromatizzato, impreziosito da erbe medicinali come l'artemisia, il citrus e la gentiana, sposate poi con l'inconfondibile sapore di mandorla amara. In un gioco di intermittenze del cuore, così come le chiamava Marcel Proust, questo amaro rievoca antiche storie dei nonni che nelle loro cucine distillavano gli infusi, sgranocchiando le mandorle croccanti.
"Alla base di questo amaro -spiegano i due imprenditori- c'è la passione e l'ancorato amore per le tradizioni delle cose ben fatte e degli amori oltre tempo". Sulla lavorazione aggiungono: "È il risultato di un'infusione e distillazione di emozioni. Erbe e radici polverizzate si mescolano e si immergono ad una soluzione idroalcolica di piacere abbracciando l'amarezza delle "mennùle".
Amaro Mennùla si ispira alla mitologia e alla **leggenda del mandorlo** nato da un amore contrastato, quello tra Fillide, la principessa di Tracia, e Acamante, figlio di Teseo, separati per dieci lunghi anni dalla guerra di Troia.
La principessa attese a lungo finchè si lasciò morire. La Dea Atena, colpita dal grande amore dimostrato, capace di resistere al lento scorrere del tempo, trasformò la giovane principessa in un perenne albero di mandorlo. Acamante al suo ritorno, venendo a conoscenza della trasformazione della sua amata, le si abbandonò in un eterno abbraccio.
"Mennùla è l'amaro alle erbe dal carattere siciliano -concludono Rosano e Samperi- e vuole essere il **simbolo degli amori contrastati**, dolorosi forse anche un po' disgraziati ma che lasciano dentro quel sapore intenso e profondo delle emozioni vere che vale la pena vivere".

CAFFÈ BORBONE |
La cialda compostabile

Caffè Borbone continua ad adottare soluzioni specifiche per concretizzare la propria vocazione green. L'azienda campana adotta un **packaging riciclabile** e smaltibile nella raccolta della carta per le cialde da caffè. Al filtro in carta, che rende la cialda smaltibile nell'umido e quindi compostabile, certificata CIC (Consorzio Italiano Compostatori), e alla scatola in cartone che prevede la **certificazione FSC** (il marchio della gestione forestale responsabile), si aggiunge l'utilizzo di un incarto primario, riciclabile nel contenitore della carta, certificato Aticelca (associazione dei tecnici cartari italiani).

La società conferma, quindi, il proprio impegno nel rispetto dell'ambiente proponendo soluzioni specifiche con l'obiettivo di sensibilizzare il consumatore al quale rivolge un invito esplicito nel claim 'Fai la scelta giusta per un mondo migliore'.

La cialda compostabile con incarto riciclabile 100% ha ottenuto anche il titolo di Prodotto dell'Anno 2021 con menzione speciale alla sostenibilità.
"Per noi l'impatto ambientale è importantissimo- afferma **Massimo Renda**, presidente esecutivo di Caffè Borbone-. Siamo di fronte a un percorso che si innesta perfettamente nella nostra filosofia, la quale pone sempre al centro qualità, tradizione e origini. Essere sensibili ai temi che riguardano la sostenibilità non deve essere inteso come una scelta ma come un naturale presupposto di chi ha la responsabilità di "**fare impresa**" perché è l'espressione del rispetto rivolto alle generazioni presenti e future".

NESPRESSO | Un premio per la sostenibilità

Il Finance Magazine ha votato Nespresso come "azienda più sostenibile nel Coffee Processing Industry 2021". "In particolare, la giuria ha riconosciuto l'allineamento di Nespresso con l'Accordo di Parigi, il suo contributo a 11 dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs), il suo approccio olistico alla sostenibilità e la sua tabella di marcia verso la neutralità del carbonio e la circolarità", spiega **Monika Wojcik**, responsabile dei progetti speciali al World Finance Magazine.

I giudici hanno esaminato l'azienda, il suo impatto ambientale e la protezione della bio diversità.

Un riconoscimento che l'azienda accoglie con grande entusiasmo. A riguardo **Jérôme Perez**, responsabile della sostenibilità di Nespresso, dichiara: "**La sostenibilità è al centro di ciò che facciamo**. Sono orgoglioso dei risultati che abbiamo già realizzato sia in termini di coltivazione sostenibile del caffè, sia per quanto riguarda la possibilità di riciclo delle capsule a livello industriale. Sono molto fiero che il World Finance Magazine abbia riconosciuto le nostre attività e il nostro impegno nel rispetto della natura. L'innovazione e le azioni collettive ci aiuteranno ad accelerare in questo decennio decisivo.

Le aziende devono essere parte delle soluzioni e Nespresso continuerà a concentrarsi sull'essere una forza positiva per **preservare il futuro** del nostro pianeta e la vita delle persone".

ESPRESSO BIO DI CAFFÈ MOTTA

Caffè Motta entra nel mercato delle cialde compostabili con Espresso Bio: un caffè dal gusto classico, dedicato ai consumatori attenti alla sostenibilità lungo tutta la filiera: dalle materie prime al prodotto finito. L'azienda lancia, infatti, l'Espresso Bio, le **capsule compostabili** con caffè biologico compatibili Nespresso, realizzate con materiale biodegradabile e con **caffè biologico** coltivato senza l'ausilio di sostanze chimiche quali pesticidi, additivi o erbicidi.
Il nuovo Espresso Bio di Caffè Motta è composto da materie prime di alta qualità selezionate tra **Arabica e Robusta** e si trova in vendita nei punti di vendita di tutta Italia e nella sezione e-shop del sito aziendale www.caffemotta.com con distribuzione nazionale.

FAEMA E61 COMPIE 60 ANNI E LANCIA LA LIMITED EDITION

Si celebra un anniversario importante: i 60 anni di Faema E61, prodotto diventato simbolico nel mondo del caffè.
Il brand prevede, infatti, varie iniziative che spaziano dall'asta benefica ai contest fotografici sui social network, fino a partnership esclusive e merchandising dedicato al mondo del ciclismo. L'idea alla base di questo progetto è di rafforzare i **valori del marchio** così come il senso di appartenenza alla community Faema.
Il prodotto viene proposto in un ambiente nuovo, quello domestico, con la **Limited Edition** E61 1 Group Anniversary che mantiene intatta la propria identità di macchina professionale mixandosi a stili, mode e contesti nuovi.

"Oggi celebriamo la nostra Faema E61, un prodotto diventato negli anni un'icona del caffè d'autore gustato al bar.
Il suo 60° anniversario però ci offre anche l'opportunità di valorizzare il passato per guardare soprattutto al futuro con determinazione e curiosità verso le nuove abitudini delle persone -dichiara **Enrico Bracesco**, chief commercial officer di Gruppo Cimbali-.
Lavorando su **innovazione, passione e memoria,** puntiamo a un nuovo mercato, quello consumer, proponendo una macchina professionale che si adatta al contesto domestico rispondendo al crescente trend dell'Home Bar".

"PORTIAMO A CASA IL GUSTO DEL CAFFÈ D'AUTORE E IL DESIGN SEMPRE ORIGINALE DI FAEMA CON LA NUOVA VERSIONE LIMITED EDITION. ULTERIORI NUOVI TRAGUARDI CI ATTENDONO IN QUESTO AMBITO".

publione.it

UN'INTENSA PASSIONE CI UNISCE

Calcio e caffè: per noi italiani non ci sono passioni più grandi. Pop Caffè le unisce in un'unica intensa passione dove il piacere del buon caffè incontra il gusto di vincere in squadra.
Nasce la partnership che unisce Inter e Pop Caffè.

OFFICIAL COFFEE PARTNER

Vieni a trovarci
ad HostMilano
22-29 ottobre
Padiglione 15P
Stand F63 G60

popcaffe.it

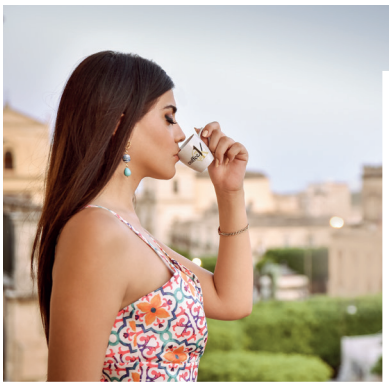
LUXURY SICILY | La pausa caffè a bordo degli yacht di Taormina Luxury Charter

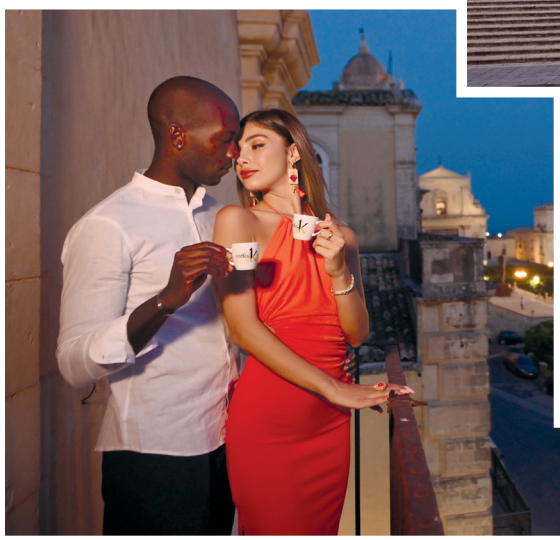
di Alessandra Bonaccorsi

Gli yacht sono sinonimo di lusso. Hanno un fascino indiscusso e, inutile dirlo, generano curiosità.
L'imprenditore siciliano Lorenzo Salaorno conosce bene il settore delle imbarcazioni, diventate di fatto il suo business. Dopo il congedo da ufficiale di Marina, il richiamo restava forte. Il manager decise così di dare vita alla società Taormina Luxury Charter-Luxury Sicily, nata in un primo momento a Taormina, poi consolidatasi a Siracusa (con un Caicco turco in legno di 22 metri che fa base nel capoluogo aretuseo). I suoi yacht si possono noleggiare: la flotta è composta da imbarcazioni le cui dimensioni variano dai 10 ai 24 metri. In un'ottica più ampia, la società ha potenziato il suo raggio di azione rafforzando l'offerta con il noleggio di jeep, disponibili per escursioni private sull'Etna, e di elicotteri.
Il lavoro di Taormina Luxury Charter-Luxury Sicily è stato riconosciuto a livello internazionale come nel caso della rivista inglese **Lux Life** e da **Samboat** (l'Airbnb delle barche) che nel 2019 l'ha premiata come top charter. L'azienda, inoltre, sta partecipando all'edizione 2021 del Luxury Lifestyle Awards, premio globale che seleziona, riconosce, celebra e promuove i migliori beni e servizi di lusso in tutto il mondo.

Lorenzo Salaorno sciorina ricordi, aneddoti, curiosità, inevitabili in anni di carriera in un settore in cui il capriccio da vip è la regola quotidiana.
Un ricordo su tutti? "Una coppia di fidanzati

decise di noleggiare un elicottero per acquistare un Rolex in Costa Azzurra, un modello raro e molto costoso. Un desiderio di lei a cui lui non ha voluto rinunciare" racconta.
Se si parla di volti noti l'elenco è lungo e spazia dalle star d'oltreoceano come **Richard Gere** e **Scarlett Johansson**, alle firme d'alta moda di "casa nostra" come **Domenico Dolce**.
Gli yacht di Luxury Sicily hanno **un'utenza internazionale**, russi, inglesi, tedeschi e americani su tutti. Il caffè in barca non manca di certo: rigorosamente espresso per gli italiani, macchiato, lungo o miscelato per gli stranieri. "Abbiamo un accordo con Moak -spiega l'imprenditore- che ci permette di avere a bordo macchine professionali con cialde monouso, particolarmente adatte per resistere alle condizioni del mare".
Sul futuro dell'azienda, Salaorno non ha dubbi: la barca va democratizzata. Che in parole povere significa: accessibile a tutti.
Per questo motivo l'azienda siciliana si doterà di gommoni 40 cavalli che consentiranno agli appassionati di poter fare escursioni nei nostri mari e amplierà la disponibilità della propria flotta per feste e cerimonie.
Importante anche l'**indotto** che la società genera sul territorio. A riguardo Lorenzo Salaorno dice: "Cerchiamo di scegliere sempre **personale siciliano**. E questo sarà ancora più evidente in conseguenza del bando **Resto al Sud** da noi vinto che ci permetterà di assumere collaboratori in zona".
Resto al Sud di Invitalia è, infatti, l'incentivo, rivolto a chi ha un'età compresa tra i 18 e i 55 anni, che sostiene la nascita e lo sviluppo di nuove attività imprenditoriali e libero professionali in Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna, Sicilia e nelle aree del cratere sismico del Centro Italia (Lazio, Marche, Umbria). La vincita di questo bando consentirà, quindi, a Luxury Sicily di sviluppare nuove iniziative imprenditoriali valorizzando i giovani del sud.





NOTO | Tra barocco, mare e movida

Eventi e nuovi contenitori artistici e culturali, non ultimo il Museo Civico Archeologico allestito nei bassi dell'ex Monastero delle Benedettine in corso Vittorio Emanuele, hanno ampliato l'offerta turistica di Noto, dichiarata dall'Unesco Patrimonio Mondiale dell'Umanità.
Una città elegante e accogliente. Lo è stata anche con il team di Enjoy Coffee Break e di Media Company Group, sotto la direzione di Marco Ognissanti, che ha dato vita agli scatti pubblicati in questa pagina e per la copertina di questo primo numero. Un **viaggio fotografico**, svolto anche grazie al supporto della Noto Film Commission e di **Corrado Di Lorenzo**, per raccontare un territorio straordinario.

In questi ultimi anni, sotto la sindacatura di **Corrado Bonfanti**, adesso presidente del Distretto Turistico del Sud-Est, Noto ha attirato un numero crescente di visitatori grazie ad attività, mostre ed eventi. Ma la città è anche natura, mare e movida. Due riserve naturali insistono nel suo territorio, dalla bellissima **Vendicari**, a sud, ad una parte della Riserva di **Cavagrande**, il più grande canyon di Sicilia. La movida serale è in centro storico, tra via Spaventa e via Rocco Pirri, fino a via Cavour.
E poi c'è l'**Infiorata**, l'evento principe ormai internazionale, che ogni terza domenica di maggio trasforma via Nicolaci in un colorato, profumato e bellissimo tappeto di fiori.

PELUSO

1964

WWW.PELUSO1964.IT

Viale della Tecnologia, 5 Modica (RG) - 97015 | Tel +39 0932 903600

info@peluso1964.it - clienti@peluso1964.it

EXPO COFFEE BREAK

SICILIA - CATANIA

PH MO PHOTOAGENCY

11- 12 -13
Febbraio 2022

MAAS
Mercati Agro Alimentare Sicilia
Via Passo del Fico, c/da Jungetto - Catania

PRENOTA
IL TUO **SPAZIO ESPOSITIVO**
PER PROMUOVERE
LA TUA **AZIENDA.**

WWW.EXPOCOFFEEBREAK.IT

coffee break

Powered by
media company group
mediacompanygroup.it

In Collaborazione con
ENJOY MAGAZINE COFFEEBREAK
enjoycoffeebreak.it

Per informazioni
info@expocoffeebreak.it
info@mediacompanygroup.it
Tel. 095.8365806 | Cell. 392.9274813