

ENJOY

MAGAZINE

COFFEEBREAK

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



ILLY CAFFÈ
*Sbarca a CityLife
di Milano*



CASTELLO SAN MARCO
Il resort incastonato nel verde

CAFFÈ TORALDO
*Storia e strategie
di un brand in crescita*

PH MC PHOTOAGENCY



GIMOKA
*Accordo con ShopFully®
per potenziare traffico sul sito*

SANTO CONNELLI
*Sogni e obiettivi di un
imprenditore di successo*





Le origini del nostro Espresso

La qualità del caffè parte dalla materia prima e noi **scegliamo con cura i nostri caffè verdi** nei loro paesi d'origine.

Le piantagioni sono sottoposte a svariati controlli, affinché le piante possano crescere rigogliose per produrre **bacche di ottima qualità** che custodiscono i chicchi che poi saranno essiccati al sole, decorticati e spediti in Italia.

caffè

TORALDO

info@caffetoraldo.it | caffetoraldo.it |



EDITORIALE



Marco Ognissanti
Editore

Terzo numero per Enjoy Coffee Break, il magazine dedicato alla pausa caffè, all'interno del quale raccontiamo tutte le novità del settore. Come già sottolineato negli scorsi numeri, questa rivista è strettamente legata a Expo Coffee Break, la fiera del caffè che si terrà il prossimo anno e per la quale siamo già a lavoro. Il nostro invito è rivolto alle aziende che vorranno valorizzare i loro prodotti in un contenitore curato nei minimi dettagli. Il nostro obiettivo è di fornire una vetrina qualificata e qualificante, uno spazio di preziosa condivisione, un momento di confronto e incontro rivolto ai professionisti del comparto.

Le novità della prossima fiera ve le sveleremo nel prossimo numero, ma quel che ci preme sottolineare è che saremo in una nuova location, Sicilia Fiera a Misterbianco (Ct), in un'area ancor più grande e strutturata che ci permetterà di fornire servizi e maggiore comodità, facilmente raggiungibile e ben collegata con la città di Catania e con le principali vie di collegamento del capoluogo etneo. Il team di Expo Coffee Break è a lavoro da mesi per dare vita a questa seconda edizione che si terrà dal 2 al 5 marzo 2024 e alla quale siete tutti invitati.



Alessandra Bonaccorsi
Direttore Responsabile

Qualità, sostenibilità, espansione. Su questi tre asset le aziende continuano a focalizzare la loro crescita con attività ben programmate.

In questo terzo numero vogliamo continuare a raccontarvi le iniziative e le conquiste di chi opera nel mondo del caffè: dal riconoscimento in ambito green ottenuto da Borbone all'espansione offline di IllyCaffè.

Come da nostra consuetudine, daremo spazio alle storie di successo dando voce agli imprenditori che operano sul territorio come nel caso di Santo Connelli, titolare del Bar Epoca a Catania, che a piccoli e coraggiosi passi ha costruito un business solido.

Ma ci soffermeremo anche sulle attività di Toraldo che a Enjoy Coffee Break ha raccontato conquiste e strategie aziendali.

Ancora una volta daremo uno sguardo al territorio visitando idealmente una tenuta storica come Castello San Marco di Calatabiano, nata a fine Seicento e oggi meta di turismo internazionale che sul mondo del caffè ci rivela sfiziose novità pensate per migliorare l'esperienza dei clienti. Non ci resta che augurarvi buona lettura.

SOMMARIO



6

Esse caffè | L'impegno sociale **6**

Illycaffè | A CityLife di Milano il quarto flagship store milanese **7**

Chef Express apre a Catania Sparkling Bar **8**

12oz debutta nel sud Italia pagina **8**

Gimoka | Accordo con ShopFully per potenziare traffico sul sito **9**

Da Hilfiger a Vuitton | I caffè dei brand di moda **10**

Nespresso Da Chicco a Chicco: il caffè diventa riso **10**

Santo Conelli | Sogni e obiettivi di un imprenditore di successo **12**

Caffè Borbone | Il riconoscimento Sustainability **15**

Caffè Toraldo | Storia e strategie di un brand in crescita **16 - 17**

Oleato | La bevanda di Starbucks al caffè e olio **19**

Danone | Lancia HiPRO al gusto caffè macchiato **19**

Castello San Marco | Il resort incastonato nel verde **20**

Spazio Coffee Break | Una full immersion nel mondo del coffee break nel centro del mediterraneo **22**



15



16

Anno III | Numero 3
Ottobre-Marzo 2023
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

Salvo Bonanno

Massimo Portoghese

Videomaker

Marco Ognissanti

Agenzia di Modelle

Mo Photo Agency

Modelle/i

Bianca Barnat, Martina Bucisca,
Benedetto Caponnetto, Sofia Culò,
Chiara Chiarenza, Paola Tranchita,
Luana Cardillo, Vanessa Grasso,
Clara Alampi, Sofia Pecorino,
Maria Bell, Samuele Grasso,
Alessia Montalbano, Paola Lanza,
Roberta Basilotta, Haisha Kalduk,
Giulia Daquino, Zharick Santizo,
Shehara Nethmini Herath

Location

Città di Noto, Castello San Marco,
Villa Lunario

Impaginazione e grafica

Mariagrazia Spampinato

Tipografia

Litostampa Idonea

Via Francesco Cilea 40, Catania

In Copertina

Fotografo: Marco Ognissanti

Modella: Alessia Catania

Agenzia Modelle: Mo Photo Agency

Make up: Dario Cerfolli

Powered by



mediacompanygroup.it

In Partnership



mophotoagency.it



expocoffeebreak.it

Per la vostra pubblicità contattateci su
info@enjoycoffeebreak.it

Tel. 095.8365806 | Cell. 392.9274813

DA NOI, TUTTO CIÒ CHE TI SERVE
PER LA TUA PAUSA CAFFÈ

media company group
707 VO PHOTOAGENCY



Katane Coffee



SERVIZIO
A DOMICILIO

WWW.KATANECOFFEE.IT

SAN PAOLO - Gravina V.le dell'Autonomia, 9 | C.C KATANÉ - Gravina
C.C. LE GINESTRE - Tremestieri Etneo | C.C. IPERSTORE DECÒ - S.G.Galermo

☎ 393 7838382 ☎ 095 6143787 f @ ▶

ESSE CAFFÈ | L'impegno sociale



Molte aziende sostengono il territorio e le associazioni che vi operano con azioni mirate di solidarietà. Essse Caffè, storica torrefazione fondata dalla famiglia Segafredo nel 1979, conferma il suo impegno nel sociale diventando socio sostenitore di Fondazione Istituto Ortopedico Rizzoli, realtà che si propone di supportare l'ospedale bolognese (istituto Rizzoli) in più ambiti, dall'assistenza a misura di paziente alle attività di ricerca, fino alla valorizzazione

della bellezza artistica e culturale custodita nell'Istituto. "Per noi di Essse Caffè così come per la Fondazione, le persone e la continua ricerca sono al centro, ecco perché abbiamo scelto di supportare un progetto come questo, di cui condividiamo a pieno i valori.

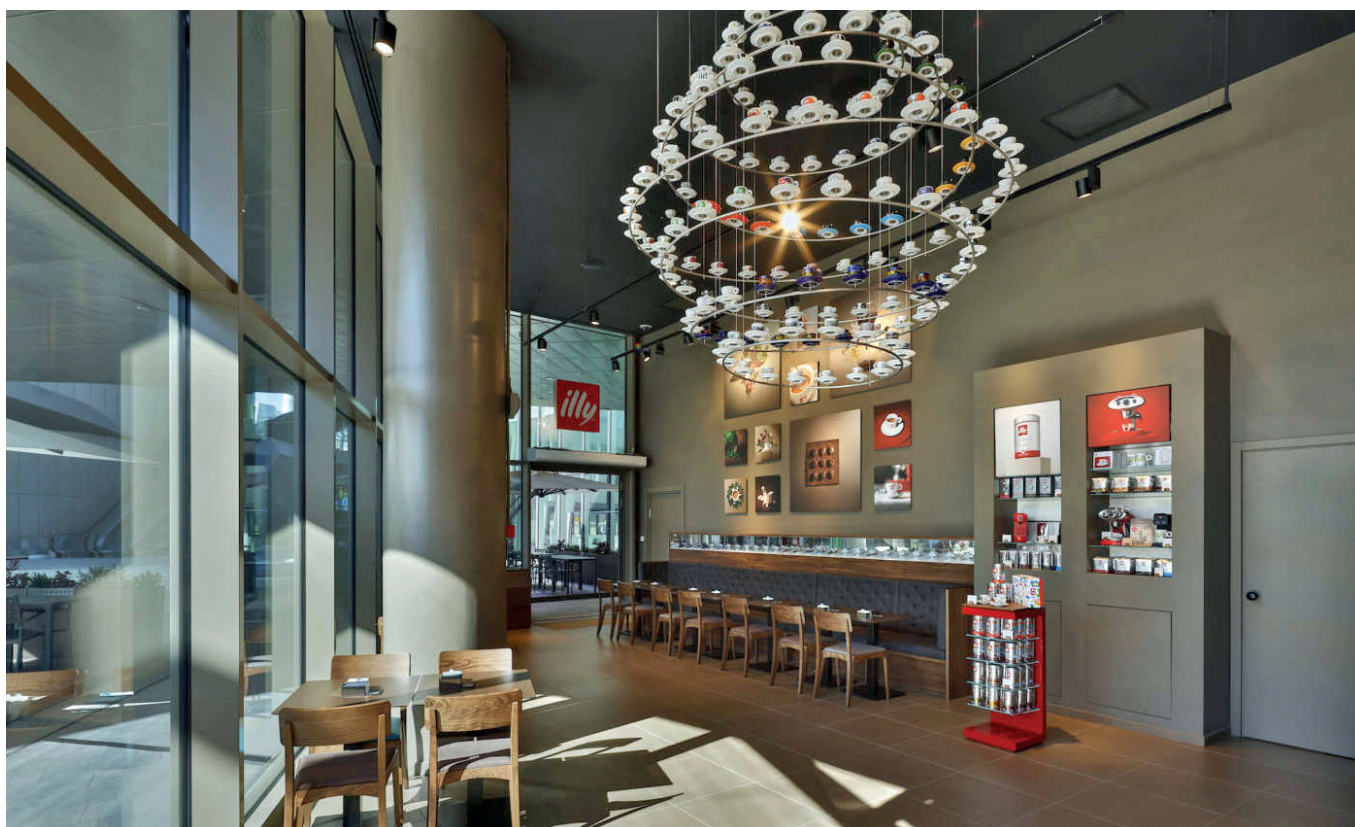
Fondazione Rizzoli sostiene il lavoro dell'Istituto Ortopedico, un'eccellenza riconosciuta in Italia e nel mondo", afferma Francesco Segafredo, presidente di Essse Caffè.

ILLYCAFFÈ | A CityLife di Milano il quarto flagship store milanese

Lo shopping center CityLife, in piazza Tre Torri a Milano, è diventato un luogo simbolico per lo shopping meneghino. In questo spazio fa il suo ingresso illycaffè con il suo quarto flagship store milanese, proseguendo il percorso di sviluppo avviato nel 2015. Il punto di vendita, aperto tutti i giorni dalle 8 alle 21, occupa un'area di 75 metri quadrati interni a cui si aggiungono 70 mq esterni e oltre 80 posti a sedere. Il locale è scenografico, con ampie vetrate e un candeliere che riunisce in una spirale sospesa la storia delle illy Art Collection, ossia le tazzine decorate da più di 125 artisti internazionali. Gli ambienti sono arredati con materiali naturali come il legno. Accanto all'entrata è stato inserito il mosaico che rappresenta la pubblicità realizzata da

Xanti Schawinsky nel 1934 per il brand. Cristina Scocchia, amministratore delegato di illycaffè, definisce il negozio "espressione della personalità e della filosofia del marchio".

In linea con l'offerta della marca e degli store già attivi sul territorio, il flagship store propone una gamma di preparazioni a base di caffè e item pensati per soddisfare i bisogni nei vari momenti della giornata. Per il mattino per esempio sono disponibili, oltre al caffè, i prodotti di piccola pasticceria dei Maestri Pasticcieri partner illy. Presenti pietanze per light lunch e per l'aperitivo, momento clou della convivialità milanese. Inoltre, è stata allestita, all'interno del locale, un'area per la vendita di prodotti illy: dalle macchine da caffè alle tazze da collezione.



Chef Express apre Sparkling Bar all'aeroporto di Catania

Nuovo spazio all'interno dell'aeroporto di Catania per Sparkling Bar, realizzato da Chef Express (Gruppo Cremonini), insieme all'azienda vitivinicola Contadi Castaldi (Gruppo Terra Moretti) all'interno dell'area partenze del Terminal A.

Il locale offre una panoramica sulle eccellenze italiane per un consumo immediato al bancone o con la possibilità di consumare al tavolo per un totale di 32 posti.

“Il wine bar, realizzato con Contadi Castaldi, ossia una delle cantine simbolo della Franciacorta, conferma la strategia Chef Express di sviluppo nel segmento della ristorazione in viaggio” afferma Cristian Biasoni, ceo di Chef Express.

Insieme all'offerta wine anche un'ampia selezione di caffetteria e croissanteria dolce e salta, con succhi, bevande e dolci, insieme a piatti unici per primo o secondo, e taglieri di salumi e formaggi. “Pensiamo che un aeroporto sia il luogo ideale per

aprire il nostro primo Sparkling Bar, in particolare nell'hub di Catania che rappresenta un crocevia importante di viaggiatori” aggiunge Massimo Tuzzi, ceo Holding Terra Moretti.



12oz debutta nel sud Italia

L'insegna, specializzata nel servizio rapido di bevande a base di caffè e latte, arriva a Napoli Centrale grazie alla collaborazione con Grandi Stazioni Retail. Il locale, il 25° punto di vendita sul territorio italiano, è stato realizzato all'interno della galleria commerciale ipogea di Piazza Garibaldi, in un nodo di interscambio strategico per il sistema ferroviario.

“Siamo consapevoli di offrire un modello dirompente rispetto alla cultura locale del caffè, ma il mercato è in continua evoluzione -sottolinea David Nathaniel, fondatore e ceo di 12oz-. Inoltre, con quest'apertura entriamo in un nuovo contesto geografico e approdiamo nell'area meridionale del Paese”.

12oz è stato pensato per i viaggiatori, per chi va di fretta. Per questo motivo si avvale di una tecnologia avanzata per le sue macchine e di una gestione semplice per consentire di offrire in 30 secondi quanto richiesto dai clienti.

I prodotti potranno poi essere consumati sul treno o sulla metropolitana o anche mentre si percorre un tratto di strada a piedi.



GIMOKA | Accordo con ShopFully per potenziare traffico sul sito

Il mondo digitale è sempre più presente nelle vite dei consumatori, sia per cercare informazioni su prodotti e produttori sia per gli acquisti online. Da questa consapevolezza nasce la sinergia del Gruppo Gimoka (tra i principali torrefattori italiani per volumi di caffè crudo trattati) con la tech company ShopFully, specializzata nel Drive to Store per connettere milioni di utenti ai negozi fisici. L'obiettivo di Gimoka è di aumentare l'awareness dei suoi prodotti portando traffico di qualità sui siti web del gruppo (Gimoka.com, Capsule.it e Caffe.com).

Per ottenere questi obiettivi è stata utilizzata HI! (HyperlocalIntelligence), la piattaforma di hyperlocal marketing di ShopFully basata sull'intelligenza artificiale, e dei marketplace di ShopFully (DoveConviene, PromoQui e VolantinoFacile).

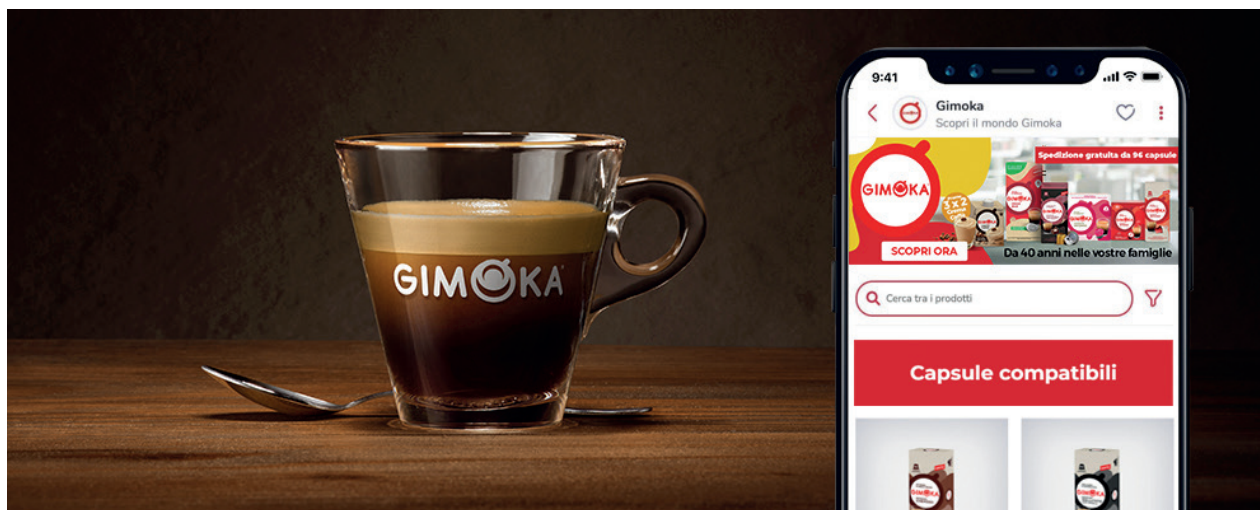
Al momento, i risultati ottenuti sono stati positivi sia in termini di visibilità che di engagement da

parte degli utenti: Caffè Gimoka ha registrato un tasso di conversione che per alcuni formati ha raggiunto il 52,8% e un totale di +50.000 interazioni.

“Abbiamo sviluppato una conoscenza approfondita degli interessi degli utenti e questo ci consente di costruire le migliori strategie per generare traffico di qualità sui siti dei nostri clienti” dichiara Marco Durante, VP sales & marketing global di ShopFully.

L'elevata capacità di profilazione degli utenti, così come sottolinea Cristiano Marchi, e-commerce manager di Gruppo Gimoka, ha permesso di agire in maniera precisa “targettizzando gli utenti”.

Stefano Urso, product marketing & online manager di Gruppo Gimoka, invece, dice: “Siamo riusciti a generare interazioni di valore con i nostri consumatori”.



 ShopFully X GRUPPO GIMOKA

Da Hilfiger a Vuitton | I caffè dei brand di moda

Louis Vuitton ha aperto il suo primo Café italiano a Taormina (Me) all'interno dell'Albergo Timeo, in pieno centro cittadino, ad angolo tra Corso Umberto e piazza IX Aprile. L'apertura del Gruppo LVMH è soltanto l'ultima in ordine di tempo e conferma un trend crescente: i marchi di moda stanno diversificando la loro presenza proponendo anche spazi di ristorazione.



A febbraio 2023, in piazza Oberdan a Milano, Tommy Hilfiger ha inaugurato il suo primo Tommy's Cafe al mondo, realizzato accanto al punto vendita. Si tratta di un'estensione naturale in chiave food del negozio. Il locale si propone come un bar con lista di cocktail e menu creativi per brunch, pranzo e cena. La proposta food è curata da Zerobriciole.



Louis Vuitton, invece, arriva nel cuore della cittadina siciliana proponendo uno spazio al primo piano con una proposta gastronomica affidata al Timeo e allo chef Roberto Toro con piatti di ispirazione siciliana e mediterranea, tra cui dolci come il tipico cannolo siciliano o il tirami-sud, l'iconico dolce preparato con il caffè.

Curiosità

Nespresso Da Chicco a Chicco: il caffè diventa riso

Un chicco di caffè si trasforma in chicco di riso. Nespresso lo ha reso possibile attraverso il progetto Da Chicco a Chicco per donare una seconda vita alle capsule esauste di caffè. L'iniziativa consente ai consumatori di consegnare in oltre 150 negozi in 80 città italiane le capsule esauste avviando così un percorso di economia circolare. L'alluminio viene, infatti, inviato alle fonderie che lo trasformeranno in oggetti come penne o coltelli. Invece, il caffè esausto, inviato in un impianto di compostaggio e trasformato in compost, viene successivamente ceduto a una risaia italiana. Il riso prodotto grazie a questo concime naturale viene poi riacquistato da Nespresso e, infine, donato al Banco Alimentare di Lombardia, Lazio, Piemonte e Puglia. Questa attività rientra in un più ampio percorso green che contraddistingue il brand.





« QUESTA NON È UN'AGENZIA... BENSÌ 30 ANNI DI CREATIVITÀ, AMORE E PASSIONE NEL CONTINUO IMPEGNO VERSO L'ARTE FOTOGRAFICA, NELLA CONTINUA RICERCA NEL CREARE IMMAGINI VISIVE D'AUTORE, NEL RISPETTO DEI GUSTI DEL CLIENTE E DI FUTURE INNOVAZIONI. QUESTA È...**MEDIA COMPANY GROUP** IN COLLABORAZIONE CON **MO PHOTO AGENCY**».

Administrator & Creative Director
Marco Ognissanti

PROMUOVI LA TUA ATTIVITÀ, CON NOI, DALLA CREAZIONE ALLA DISTRIBUZIONE

I NOSTRI SERVIZI



**IDEA
CREATIVA**



**SERVIZI
FOTOGRAFICI**



**SERVIZI VIDEO
MULTIMEDIALE**



**STRATEGIE
DI MARKETING**



**GESTIONE
SOCIAL NETWORK**



**CIRCUITO TOTEM
MULTIMEDIALE**



WWW.MOPHOTOAGENCY.IT



General Manager Marco Ognissanti - 392 9274813

SEDE CATANIA: Atelier Via Francesco Crispi, 188 | 095 8365806 - 3478229091 **SEDE LISSONE (MI): Photo Agency** Via Bartolomeo da Pola, 23
info@mediacompanygroup.it | www.mediacompanygroup.it

SANTO CONNELLI | Sogni e obiettivi di un imprenditore di successo

di Alessandra Bonaccorsi

La forza di un imprenditore sta nella capacità di guardare e vedere lontano, scommettere sull'incerto, basandosi su coraggio e intraprendenza.

La storia imprenditoriale di Santo Conneli, oggi proprietario del Caffè Epoca, luogo simbolico della città di Catania, situato in piazza Europa, inizia così, con una visione alimentata dalla volontà di creare un percorso lavorativo personale. "Mio padre aveva il classico camion dei panini a San Giovanni Galermo -racconta-. Lavoravo con lui. Ero molto giovane ma con tanta voglia di affermazione. A 21 anni sono andato a convivere con Miriam, la donna che oggi è mia moglie. Questa scelta è stata decisiva perché ho capito che avrei dovuto seguire il mio istinto mettendomi in proprio. Avevo promesso a mia moglie che le avrei comprato casa e, con il tempo, le ho donato una villa".

Passo dopo passo, Santo Conneli ha incrementato il suo fatturato, acquistato uno spazio per allestire un laboratorio per la preparazione dei panini e con gli anni ha comprato due camioncini in aggiunta al primo già attivo.

Nel 2009 nasce il figlio Daniel e lui decide di modificare ulteriormente il suo percorso.

Si imbatte in un'inserzione: Caffè Epoca è in vendita. "Per me rappresentava un luogo storico e simbolico della mia adolescenza -dice-.

Lo frequentavo quando ero ragazzo". Un ricordo che lo spinge ad osare: lo acquista nel 2011 rinnovandolo in toto per dargli un'immagine più moderna. "Credo molto in questo locale -spiega-. Spendo molto tempo e denaro nella formazione del personale cercando di motivare i miei collaboratori a dare sempre il massimo e non soltanto per me o per i clienti ma anche per sé stessi".

Nel 2018 Caffè Epoca raddoppia con un secondo punto vendita aperto all'interno del centro



commerciale Le Zagare, nell'hinterland etneo. E, come da consuetudine per un imprenditore che si rispetti, i suoi progetti di crescita non sono ancora conclusi. Conneli ha acquistato un albergo nel cuore del capoluogo etneo con 32 camere, attualmente soggetto a lavori di restyling che, presumibilmente, saranno completati nel 2024. "Sono giovane, ho 44 anni e tanta voglia di andare avanti -ammette-.

Se si riesce ad abbinare audacia e cautela si possono fare tante cose importanti. Il mio lavoro mi piace, lo faccio con passione, credo in quello che faccio e continuerò a seguire questo iter mettendo in campo idee e progettualità da far diventare concrete".

CAFFÈ EPOCA
DAL 1989



WWW.CAFFEEPOCA.COM

📍 Piazza Europa, 16 - Catania ☎ 328 924 0656



#COSTACAFFÈ #LATUACAFFETERIAITALIANA



www.costa-caffe.it

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

Catania - Via Pasubio, 6 | Tel.095 4531173

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



CAFFÈ BORBONE | Il riconoscimento Sustainability



EcoVadis è una delle principali piattaforme di rating di eco-sostenibilità in materia di ambiente, tutela dei lavoratori e diritti umani, etica e acquisti sostenibili. Con il **Sustainability Rating** premia le aziende che hanno dimostrato di essere conformi a un sistema di gestione solido relativamente ai criteri di sostenibilità.

Caffè Borbone ottiene, in questo contesto, il premio confermando il **Silver Score** perché rientra nel 10% delle migliori aziende analizzate dal team di esperti internazionali di EcoVadis, con un 92esimo percentile, un **punteggio in miglioramento** rispetto a quanto raggiunto nel 2022.

“Questo riconoscimento è un’ulteriore prova del lavoro e dell’impegno che, quotidianamente, Caffè Borbone porta avanti in termini di processi produttivi, non solo investendo nella qualità delle materie prime con un approvvigionamento sostenibile, ma anche e soprattutto dimostrando

l’amore verso il territorio -afferma **Marco Schiavon, amministratore delegato di Caffè Borbone-**. Il raggiungimento di questo risultato è un significativo incoraggiamento per continuare in questa direzione, proponendo soluzioni sostenibili a basso impatto ambientale”.

Il gruppo da anni ha intrapreso una politica nel rispetto dell’ambiente che coinvolge vari contesti della sua attività e della produzione.

In termini di prodotto, tra le varie soluzioni adottate ci sono la cialda compostabile con incarto riciclabile 100% perché realizzato prevalentemente in carta, il più nobile dei materiali dal punto di vista ecologico, e le confezioni di caffè porzionato con un kit di accessori ecologico perché plastic free con 50 bicchieri in carta 100% riciclabili, resistenti alle alte temperature, caratteristica che preserva la bontà del caffè.



CAFFÈ TORALDO | Storia e strategie di un brand in crescita

I PROGETTI FUTURI

I progetti di sviluppo di Caffè Toraldo sono notevoli e guardano con interesse sia al territorio nazionale che al mercato estero. L'apertura della nuova sede aziendale, una struttura di 40.000 mq realizzata a Marcanise (Ce), sarà funzionale al programma di espansione del brand in nuovi mercati. "La nuova sede, che sostituirà l'attuale stabilimento produttivo di Carinaro, ci consentirà di ampliare la nostra presenza in più aree -spiega Marco Simonetti, amministratore unico del gruppo-. Punteremo in modo particolare sul mercato del monoporzionato, cresciuto in modo interessante negli ultimi anni".

Attualmente dove siete presenti?

"Produciamo vari tipi di caffè, da quello in grani, che ci ha contraddistinti storicamente, alle capsule compatibili con vari sistemi.

In Italia operiamo su tutto il territorio nazionale nel settore horeca, mentre in gdo siamo attivi in Campania, Lazio e Puglia, ma stiamo sviluppando

nuove collaborazioni per entrare in altre regioni.

Invece, all'estero il brand è presente in tutto il nord Africa, soprattutto in Egitto e Libia, ma anche in Europa, in America e in Oriente".

In Italia in quali canali operate?

"In linea di massima siamo presenti nei supermercati delle regioni già citate ma prestiamo particolare attenzione al normal trade e ai negozi specializzati come i coffee shop".

In generale, com'è cresciuto il settore del caffè e quali, a suo parere, i margini di crescita?

"I margini di crescita sono interessanti. Il consumatore è diventato molto più esigente



LA STORIA DI CAFFÈ TORALDO

Il marchio nasce a Napoli, nel quartiere Sanità, nel 1968. Nel 1980 viene realizzato il primo stabilimento produttivo come risposta alla crescente domanda di prodotti Caffè Toraldo. Nel corso degli anni, il mercato del brand si è diversificato tanto da rendere necessaria l'apertura di un nuovo stabilimento produttivo a Casandrino (Na).

Nel 2006 si inaugura l'attuale stabilimento produttivo di Carinaro (Ce), dotato delle tecnologie più all'avanguardia nel settore della produzione di caffè. E nel 2024 vedrà la luce, invece, la struttura di Marcianise che darà un'ulteriore spinta allo sviluppo di Caffè Toraldo.

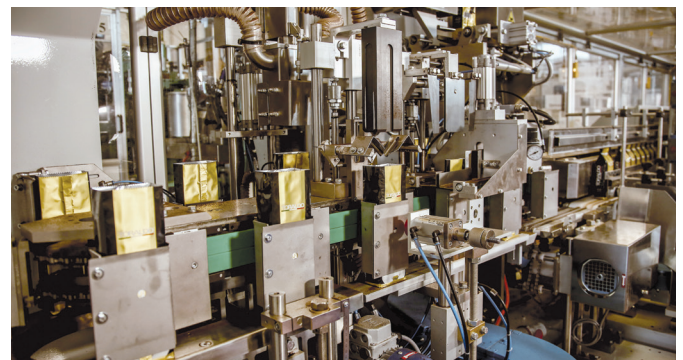


perché ha imparato a riconoscere i prodotti e a valutarli. L'estero in particolare può dare importanti prospettive di sviluppo. Dal nostro punto di vista, negli ultimi anni il fatturato cresce del 40-45% all'anno. Da qui la scelta strategica della nuova sede che ci permetterà di performare meglio e aprire nuovi mercati. Tengo a precisare che la nostra crescita segue direttive precise in termini di rispetto per l'ambiente e sostenibilità, valori in cui crediamo e che guidano le nostre attività”.

Toraldo è molto attivo anche in termini di comunicazione. Quali le vostre scelte a riguardo?

“Le colonne portanti del nostro business si basano su marketing da un lato e attenzione alla filiera e alla qualità dall'altro per dare risposte concrete al consumatore. Questi i driver che vogliamo comunicare. E lo facciamo attraverso un piano mirato che comprende investimenti pubblicitari televisivi, sui social network e sul web.

Ci preme sottolineare anche la sponsorizzazione al Napoli Calcio che quest'anno ha vinto lo scudetto. Esserne sponsor è per noi motivo di orgoglio e di vanto: accompagnare la squadra verso la vittoria come caffè ufficiale ci ha dato grandi soddisfazioni e una visibilità rilevante. Non ultimo, contiamo di essere presenti a numerose fiere, sia in Italia che all'estero, dove poter esporre i nostri prodotti e sviluppare, laddove possibile, nuove alleanze o possibilità di espansione”.







GUSTARE UN BUON CAFFÈ TI VERRÀ AUTOMATICO.



Cialde, capsule e caffè in grani per farvi assaporare tutte le forme dell'espresso siciliano.

Tutta la bontà dei prodotti **Monti Caffè** da gustare con le nostre macchine **Modula, Pingu e Pingu EVO**.

www.caffemonti.eu  

OLEATO| La bevanda di Starbucks al caffè e olio

Parte dall'Italia la sperimentazione di Starbucks che amplia la sua offerta proponendo la bevanda al caffè con chicchi di arabica e olio extravergine di oliva, frutto di un'idea di Howard Schultz, Ceo del gruppo, arrivata nel corso di un viaggio in Sicilia, ispirata a un'usanza del luogo. Sei in tutto le varianti disponibili: la versione base Oleato caffè latte with oatmilk, Oleato golden foam cold brew, Oleato deconstructed, Oleato iced cortado, Oleato golden foam espresso Martini e Iced shaken espresso.

L'olio extravergine selezionato per le ricette è una miscela realizzata con le olive del Mediterraneo coltivate a Partanna, tra cui l'oliva di alta qualità Nocellara del Belice mentre il caffè è lo Starbucks Blonde Espresso Roast.



DANONE| Lancia HiPRO al gusto caffè macchiato

L'offerta del brand del Gruppo Danone si amplia con tre nuove referenze: HiPRO Drink al gusto stracciatella, HiPRO Pudding al gusto vaniglia e HiPRO al cucchiaino al gusto caffè macchiato, tutte ricche di proteine di origine naturale. I prodotti del marchio contribuiscono al mantenimento e alla crescita della massa muscolare e sono ideali per colazioni o per gli spuntini proteici pre o post allenamento.

In particolare, la referenza dedicata al caffè macchiato è disponibile nella confezione da 160 grammi. È uno yogurt magro colato a ridotto contenuto di lattosio con preparazione di caffè e cacao con edulcoranti. Contiene 15 grammi di proteine per vasetto, 0% di grassi, 0% zuccheri aggiunti (contiene gli zuccheri naturalmente presenti negli ingredienti).

“HiPRO continua a innovare e ad ampliare il suo portfolio, confermandosi un alleato fondamentale per coloro che amano lo sport e vogliono bilanciare l'apporto proteico nella loro nutrizione per preparare i muscoli ad ogni sfida” afferma Jordi Guitart Clermont, direttore marketing Danone Italia e Grecia.





CASTELLO SAN MARCO | Il resort incastonato nel verde

di Alessandra Bonaccorsi

Nel 1689 Ignazio Sebastiano Gravina Cruyllas, principe di Palagonia, edificò Castello San Marco, in un feudo di sua proprietà (sulla spiaggia di Calatabiano) con terreno coltivato a vigna. Oggi quell'antico feudo è un resort di autentico fascino siciliano, con spa e 29 garden suite, incastonate in un parco di quattro ettari e ricavate per buona parte negli storici locali del castello, riconvertiti con l'obiettivo di valorizzarne l'aspetto originale caratterizzato da pavimenti e colonne in pietra lavica e archi in mattoni.

Un luogo più che suggestivo tornato a nuova vita nel 1971 grazie all'iniziativa imprenditoriale della famiglia Murabito che la gestisce a tutt'oggi.

“MiopadreFilippo sene innamorò istantaneamente -racconta Daniele Murabito, proprietario e direttore della struttura-. Castello San Marco oggi è un luogo di accoglienza che ospita una clientela internazionale, situato a sette chilometri da Taormina e ad appena 20 dall'Etna, due località tra le più gettonate dai turisti provenienti da tutto il mondo”.



L'offerta si completa con il ristorante Giardino di pietra e un menu realizzato attraverso un'accurata selezione degli ingredienti e delle eccellenze del territorio e una cantina dotata di vini per lo più locali ma anche nazionali e internazionali.

E per chi ama la pausa caffè, Castello San Marco ha predisposto un servizio ad hoc. "Per i nostri clienti -aggiunge Daniele Murabito- abbiamo attivato la possibilità di scegliere al tavolo pregiate miscele fornite dall'azienda Etna Roaster con un servizio moka e presto anche per l'espresso".

Questo antico spazio è stata location per lo shooting fotografico realizzato da Marco Ognissanti e dal suo staff MO Photo Agency.

In queste pagine alcuni degli scatti realizzati per l'occasione.

*"Il ristorante
Giardino di pietra
fornirà ai clienti
un servizio
moka al tavolo".*



Spazio Coffee Break



Una full immersion nel mondo del coffee break nel centro del mediterraneo

Queste immagini, realizzate da Marco Ognissanti e dal suo staff MO Photo Agency, valorizzano il nostro territorio siciliano e lo straordinario momento della pausa caffè.

TACE L'UMANO | la raccolta di poesie di Iolanda Cuscunà

In pausa caffè una bella lettura è l'ideale. Qualche verso poetico potrebbe accompagnare i momenti di relax. Vi consigliamo la prima raccolta di poesie di Iolanda Cuscunà, una libraia che ha dato alle stampe il volume *Tace l'umano*, Nous, casa editrice creata da Chiara Sicurella e Giuditta Busà.

“Non appena abbiamo letto le poesie di Iolanda -spiegano in coro unanime- abbiamo avvertito un'empatia immediata. E nei giorni seguenti ci capitava di ripetere ad alta voce i versi letti. Da qui la decisione di pubblicare questo testo che riteniamo di grande qualità”.

Iolanda Cuscunà scrive da sempre, imprime su carta emozioni, suggestioni, critiche lucide alla città e a ciò che non le piace. I suoi versi, scritti nell'immediatezza di pochi attimi, però rimanevano nel cassetto. “Non pensavo di poterli mai pubblicare -spiega l'autrice-. Devo alla scrittrice Giovanna Giordano e all'attore Filippo Aricò, per me veri e propri fari, la decisione di portarli alla luce”.

I suoi versi sono lame taglienti, a tratti critiche mirate alle storture del tempo moderno (da qui il titolo *Tace l'umano*) su cui si dovrebbe riflettere più e più volte, frasi in rima scritte in punta di penna, delicate e forti al tempo stesso, dediche passionante e dolci ricordi come nel caso della madre a cui il libro è dedicato.





*Il miglior gelato
merita la migliore **Brioscia.***

100% siciliana, sempre fresca, prodotta artigianalmente solo con ingredienti di prima qualità. È la nostra **Brioscia co' tuppù**, la tipica dolcezza apprezzata sia dai siciliani che dai turisti.

Siculabrioche®



Le nostre capsule salvafreschezza sono progettate per proteggere le briosce durante il trasporto e mantenerle morbide e fragranti come appena sfornate per **oltre 2 mesi**.



siculabrioche.com

2° EDIZIONE
**EXPO
COFFEE
BREAK**
SICILIA - CATANIA

**02 | 05
MARZO
2024**

SAB / MAR • 09.30 / 18.30

SICILIA FIERA
Exhibition Meeting Hub
MISTERBIANCO | CATANIA



PHOTOAGENCY

PRENOTA

IL TUO SPAZIO ESPOSITIVO
PER PROMUOVERE
LA TUA AZIENDA.

WWW.EXPOCOFFEEBREAK.IT



SETTORI MERCEOLOGICI:

ESPRESSO E CAFFÈ •
CIALDE E CAPSULE • TE E SOLUBILI •
VENDING COFFEE • MAGAZINE •
VENDING MACHINE E
DISTRIBUTORI AUTOMATICI •
BEVERAGE E FOOD •
BIRRIFICI ARTIGIANALI •
GRAPPE E DISTILLATI • BAR •
PASTICCERIE E PANIFICATI •
PRODOTTI E SERVIZI •
PER L'IMPRESA

**"UNA FULL IMMERSION NEL MONDO DEL COFFEE BREAK
E NON SOLO, NEL CENTRO DEL MEDITERRANEO"**

Powered by



In Collaborazione con



Per informazioni

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

