



PORTIOLI il caffè con classe



Quando innovare è una questione di stile. Lo sa bene Portioli che fornisce ai bar supporti in grado di dare valore e immagine. Dagli esclusivi pack per le miscele a un nuovo servizio in porcellana.

Chi si ferma è perduto. Per qualcuno è solo uno slogan. Per altri è una regola. È il caso della **Portioli**, la torrefazione milanese che deve le sue migliori performance al desiderio di innovare sempre. «È nella natura della Portioli - commenta Sarah Portioli, responsabile della comunicazione del Gruppo - credere nel futuro e nelle chances che può proporre. Anche se lo sforzo è impegnativo, la scommessa è importante». Fedele a questo impegno, la Portioli presenta una **nuova collezione di sacchetti**. Un originalissimo packaging che si rinnova stagione dopo stagione (come l'abbigliamento nella moda) e che ha debuttato all'ultima edizione di Host, raccogliendo il plauso di numerosissimi baristi. In tiratura limitata come le altre, questa nuova collezione adotta un tema molto fashion: "l'eleganza del nero". D'altronde, il nero è, insieme al fucsia, uno dei due colori "corporate", e su sfondo nero è anche l'ultima campagna pubblicitaria multisoggetto della Portioli, protagonista su tutti i materiali di comunicazione 2006.

L'altra grande novità dell'anno è una

raffinatissima linea in porcellana che comprende tazza, tazzina (e relativi piattini), teiera e lattiera. Tutta la gamma è stata creata in esclusiva da una famosa firma del design "made in Italy", Claudio Caramel. «È fondamentale - commenta Giacomo Sassi, direttore commerciale - fornire al barista dei supporti che contribuiscono ad aggiornare continuamente la sua immagine. Per questo curiamo il merchandising esattamente come la qualità delle nostre miscele e lo standard dei nostri servizi».

In un'ottica di qualità totale s'inserisce anche la recente iniziativa di un corso di formazione studiato appositamente per le reti commerciali dei concessionari Portioli. «Il successo di tutti i suoi partner è il successo della Portioli - spiega il presidente Moreno Portioli-. Non ho mai pensato all'azienda come a un'entità "solitaria". Ma ho sempre creduto nel coinvolgimento, nel lavoro di squadra a tutti i livelli. Insieme ai nostri concessionari abbiamo avviato un percorso formativo che si estenderà a tutte le figure professionali che collaborano con la Portioli».



sorpresa, c'è anche il tè

La nuova linea di porcellana di Portioli (nelle foto: in alto la tazzina espresso e sopra la teiera con la lattiera) è stata progettata dal designer Claudio Caramel. La linea utilizza porcellana bianchissima, vetrificata e liscia dal design. Modernità e senso estetico si combinano con i dettami dell'Istituto Internazionale Assaggiatori di Caffè che hanno evidenziato, dopo anni di ricerche, la **tazzina ideale per l'espresso italiano**.