

# Chicchi di tecnologia

**ABSIS CONSULTING - LA NEONATA SOCIETÀ INTENDE AFFIANCARE LE AZIENDE DEL CAFFÈ INTRODUCENDO INNOVAZIONE SUL CICLO PRODUTTIVO E SUL PRODOTTO**

**È** una bevanda cui anche i friulani non possono fare a meno. Sono diverse le aziende locali impegnate in questo settore, non soltanto in una delle capitali europee del caffè quale Trieste, ma anche sul territorio friulano. Alcune di esse hanno addirittura un orizzonte commerciale sovranazionale. Spesso, però, il livello tecnologico adottato come anche le strategie di marketing non risultano al passo con i tempi. Per dare suggerimenti e consulenze più articolate è nata, così, Absis Consulting. Presidente della società è

**Roberto Zironi**, alla guida del Dipartimento di Scienze degli Alimenti dell'Università di Udine.

- Quali valutazioni può fare del tessuto locale nel campo del caffè, della torrefazione e della commercializzazione?

"Non abbiamo dati specifici sul contesto locale friulano, poiché non ci occupiamo di commercio di caffè, ma siamo un'azienda di innovazione tecnologica e di marketing che lavora in un contesto nazionale e internazionale. In regione sono presenti aziende di varie dimensioni che operano sia nel settore del commercio del crudo, sia del prodotto torrefatto. A nostro avviso in molte di queste aziende l'innovazione tecnologica non è sufficientemente applicata".

- Quali prospettive di crescita può avere il tessuto imprenditoriale, sia nello scenario locale,

sia eventualmente in quello dell'export?

"Le medie torrefazioni hanno sicuramente molto da dire all'estero, soprattutto in questo momento. I mercati, infatti, si stanno aprendo sempre più a marchi specifici, dopo avere abbracciato i grandi nomi. Necessitano, comunque, di un supporto a livello di strategie di internazionalizzazione. Supporto che può essere trovato in Absis Consulting".

- Quali obiettivi vi siete dati con questo spin off accademico?

"L'obiettivo di Absis Consulting è produrre innovazione per

il settore del caffè, sia a livello tecnologico, sia a livello di marketing, e trasmettere quest'innovazione alle imprese. L'industria italiana del caffè nella maggior parte dei casi non ha possibilità di internazionalizzare queste funzioni di

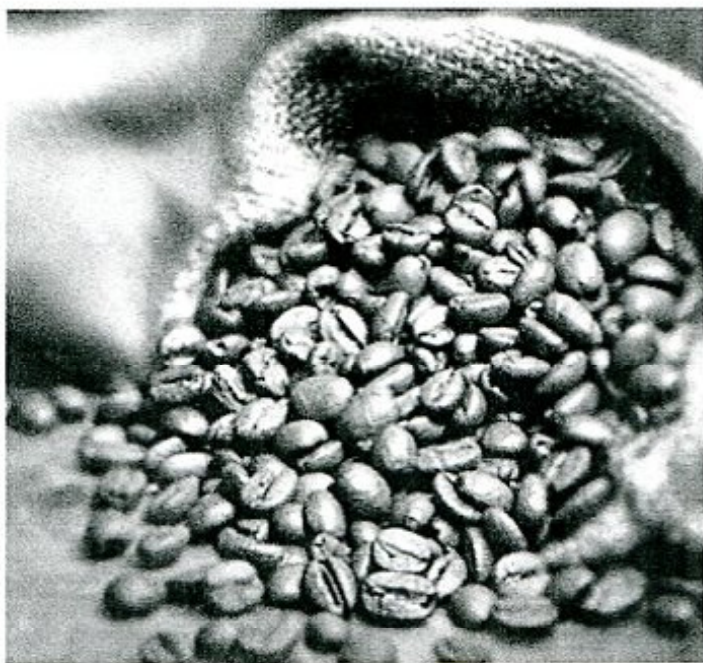
ricerca ed è conveniente, quindi, affidarsi a una unità specializzata come Absis Consulting".

- Avete prossimi progetti in cantiere?

"Continuiamo a lavorare a livello di ricerca sulle componenti aromatiche del caffè che ne costituiscono l'indubbio segreto del successo. In particolare, continuiamo a indagare le correlazioni tra analisi chimica e sensoriale. Naturalmente, lavoriamo anche sulle nuove modalità di fruizione del caffè come il monodose, in cialda o in capsula. Stiamo, inoltre, lavorando su alcuni format di marketing per sostenere le imprese nell'approcciare il mercato con maggiore efficacia".



Roberto Zironi



## SPIN-OFF UNIVERSITARIO

DAL MARKETING ALL'EXPORT

### In aiuto della filiera

Absis Consulting è uno spin-off accademico dell'Università di Udine che supporta gli operatori della filiera del caffè a livello globale. Fornisce loro il know-how scientifico necessario per l'ottimizzazione della produzione e il monitoraggio della qualità del caffè, si occupa della formazione tecnica del personale, li supporta sul mercato finale con piani di marketing, di comunicazione e di export.

## SUGLI SCAFFALI

STUDIO SUI PRINCIPALI PRODOTTI PRESENTI NELLA GDO

### Bocciato un terzo dei marchi sotto esame

Sugli scaffali ci sono prodotti di buona qualità venduti a prezzi contenuti e, all'opposto, prodotti di scarsa qualità che si fanno pagare, invece, molto bene. Questo quanto emerge dalla prima ricerca chimico-sensoriale condotta in Italia su caffè moka, in cialde e in capsule da Absis Consulting. È uno studio che ha preso in considerazione i principali marchi presenti nella distribuzione moderna, in totale ben 26 diversi prodotti.

Per ogni caffè la ricerca ha indagato le principali caratteristiche chimiche e sensoriali, sintetizzandole nell'Indice Absis. In particolare per ogni prodotto sono state rilevate le concentrazioni delle cosiddette molecole killer, così definite perché capaci di annullare gran parte delle note aromatiche positive già a bassissime concentrazioni dando sensazioni di terra, legno marcio, farmacia e muffa. Emerge, così, che ben un terzo dei prodotti considerati ha ottenuto un Indice Absis negativo.

"Neppure la fama del marchio risulta una garanzia - conferma **Luigi Odello**, curatore della ricerca e professore di Analisi sensoriale in diverse università italiane - Alcuni prodotti molto pubblicizzati escono bene, altri decisamente meno, e lo stesso succede a livello di prodotti a marchio".