

di CHRISTIAN BENNA Illycaffè si prepara al decollo dei ricavi spinta anche dal vento americano. Lo aveva messo nero su bianco il report della società di consulenza Roland Berger che aveva previsto per l'azienda triestina il raddoppio del fatturato nei prossimi 7-10 anni. E oggi un bel po' di carburante per questo nuovo viaggio della società arriva dagli Stati Uniti. L'accordo firmato con United Airlines, che solleva il caffè Illy a quota diecimila metri per tutti i voli, e nelle sale lounge, della compagnia americana, è l'emblema del nuovo corso di sviluppo a stelle e strisce dell'azienda e della forza nel segmento del premium hospitality. Questa estate Illycaffè ha siglato un'alleanza che ha spalancato le porte del mercato Usa. L'intesa è stata raggiunta con il colosso Keurig Green Mountain per lo sviluppo di una capsula compatibile con il sistema Keurig K Cup dell'azienda con quartier generale nel Vermont. Questo sistema a infusione è il più famoso negli Stati Uniti e rappresenta una piattaforma utilizzata da molti produttori, tra cui Starbucks, Coffe Bean e anche Lavazza, la quale è anche azionista di Keurig. Una strategia di crescita "americana" che, spiega Andrea Illy, presidente e amministratore delegato della società, nel corso del 2015, "ci sta facendo aumentare a doppia cifra il nostro giro d'affari negli Usa e che può portarci a generare il 20% dei nostri ricavi nell'altra sponda dell'Atlantico". Gli Usa rappresentano, per volumi di consumi, il principale mercato mondiale del caffè. E nei piani di internazionalizzazione di Illy, già presente in 140 paesi, l'America è senz'altro un punto di riferimento. Il bilancio 2015, nel suo complesso, dovrebbe chiudersi in modo positivo per impresa nata nel 1933 a Trieste. Dice Andrea Illy: «I volumi sono in aumento, l'Expo ha avuto un impatto molto positivo e tutte le innovazioni portate sul mercato stanno riscuotendo ottimi risultati». Nel 2014 l'azienda ha visto incrementare i ricavi del 4,5% a quota 390 milioni di euro, un Ebitda di 62 milioni (+15%) e un utile netto di 12 milioni dai 7,8 dell'esercizio precedente. Per Illy l'ultimo biennio è stato frenetico. E l'attesa per l'anno in corso è di ulteriore balzo in avanti dei conti. «Abbiamo siglato accordi con Kimbo e Indesit per il lancio di un nuovo sistema per il caffè porzionato, poi quello con Keurig e continuiamo a sviluppare l'espresso, attraverso l'apertura di negozi monomarca, il rafforzamento del canale elettronico di vendita e l'innovazione di confezioni a basso impatto ambientale». Tra le tante novità portate sul mercato c'è anche la App che consente al consumatore di creare la propria miscela e avere così un caffè personalizzato. Volano d'immagine e anche di vendite è stata il cluster caffè di Expo di cui Illy, Official coffee partner dell'esposizione universale, ha curato progetti e contenuti. La società triestina ha puntato molto sull'Expo milanese, investendo circa 5 milioni di euro nella manifestazione e coinvolgendo nei progetti ospiti di caratura internazionale come Sebastião Salgado, Martha Stewart, Jeffrey Sachs (Direttore Earth Institute), gli chef Gualtiero Marchesi, Josean Alija, Andrea Berton, Davide Oldani. Sono oltre 13 milioni le persone che hanno visitato il cluster del caffè e circa 870 mila le tazzine servite ai bar Illy del padiglione. Il cluster del Caffè che ha registrato oltre 35.000 visite guidate tradizionali e digitali, realizzate con gli occhiali Epson Moverio, e sono state quasi 12 mila le persone che hanno partecipato ai corsi organizzati dall'Università del Caffè. «Siamo la marca di caffè più globalizzata e le vendite all'estero valgono circa il 64 e il 65% - spiega l'imprenditore - tuttavia, stiamo assistendo a un recupero anche in Italia, dove negli ultimi anni i consumi si erano ridotti per tutto il comparto». Il mondo del caffè è in pieno fermento, dominato dalle logiche di aggregazione per creare big di mercato sempre più grandi. Illy invece punta su una crescita organica con mezzi propri e su una produzione «alto di gamma che ci consente di essere meno esposti sul canale della grande distribuzione, dove fatturiamo circa il 30% del totale». Per sostenere il piano Illy, ad agosto, ha emesso obbligazioni senior per un importo nominale complessivo di 70 milioni di euro. ©RIPRODUZIONE RISERVATA