

**Alimentare.****Vergnano
punta a quota
2 milioni
con Èspresso****TORINO****Silvia Alparone**

Con un brevetto studiato ad hoc per una nuova tecnologia, coltivazioni d'origine ricercate *ex novo* e distribuzione nelle grandi catene di supermercati, Vergnano tira le prime somme del lancio sul mercato di Èspresso, il caffè in capsula compatibile con le macchine del colosso elvetico Nespresso.

Da settembre sul mercato italiano e poi in Portogallo, Spagna, Francia e Austria, a fine ottobre erano state vendute 107 mila confezioni sul territorio nazionale, dato in crescita progressiva negli ultimi mesi. Le vendite hanno fruttato un incasso di 350 mila euro e la prospettiva di superare in Italia i due milioni in un anno. Questo anche grazie al prezzo al pubblico, poco più di 3 euro per ogni confezione da dieci, che rende il prodotto concorrenziale rispetto ai competitor. «Quella di mantenere basso il prezzo - spiega Carolina Vergnano, responsabile settore export e del progetto Èspresso - è stata una scelta commerciale, a fronte di un investimento impegnativo soprattutto nella ricerca, per la tecnologia che rende la capsula biodegradabile e per l'individuazione di nuove origini. Al momento abbiamo attiva una linea di produzione ma entro il 2012 diventeranno quattro. Inoltre, verrà a breve lanciata una nuova macchina studiata e realizzata da Polti per la nostra capsula, che tuttavia può essere usata anche con altre macchine già in commercio».

Anche per produrre tutta la gamma di Èspresso, a maggio Vergnano ha inaugurato un nuovo stabilimento, a Sante-na, in provincia di Torino, dove dal 1882 c'è la sede storica,

assumendo 16 persone. Se il prodotto tradizionale di **Caffè Vergnano**, e cioè le diverse miscele, impegna lo stabilimento storico, di 7 mila metri quadrati, con 13 linee di produzione, il nuovo sito occupa una superficie di 6.500 metri quadrati e vedrà aumentare l'attività nei prossimi mesi. «La forza - conclude Vergnano - sta nella garanzia di qualità di un prodotto interamente italiano e nella sua facile reperibilità grazie al coinvolgimento della grande distribuzione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

