

Il Polo del Gusto presenta Incantalia. Da oggi il nuovo punto vendita a Trieste

Incantalia nasce dalla visione di **Riccardo Illy**, sin dai primi anni 2000, in Gruppo **illy** poi **Polo del Gusto**, per la diffusione di una nuova cultura del cibo. Con l'apertura del primo punto vendita a Trieste, il **Polo del Gusto** presenta ufficialmente il progetto **Incantalia**, che si svilupperà come una rete di negozi in Italia, all'estero e online. Il nuovo negozio a Trieste (Via Einaudi, 2/A) accoglie tutta l'offerta delle marche del **Polo del Gusto** ed offre inoltre una selezione di altri prodotti, sempre accomunati dall'eccellenza e dalla condivisione dei valori più importanti del **Polo del**

Gusto: la qualità dirompente come missione, il rigore nella selezione degli ingredienti, l'attenzione alla sostenibilità.

Incantalia nasce dalla visione di **Riccardo Illy**, che sin dai primi anni 2000, all'interno del Gruppo **illy**, poi **Polo del Gusto**, ha costruito un percorso di diffusione di una nuova cultura del cibo e dei valori della qualità superiore grazie alla selezione e acquisizione di marche di eccellenza. Annamaria Testa, nota consulente per la comunicazione, ha curato creatività e contenuti di **Incantalia**, a partire dalla definizione del nome e logo: Il progetto **Incantalia** è innovativo non solo negli sviluppi ma, in primo luogo, nelle premesse: esprime la visione di **Riccardo Illy**, imprenditore illuminato che ha selezionato marche eccellenti dell'agroalimentare e del vino, considerandone non solo la straordinaria qualità intrinseca ma anche il valore sociale e culturale, la sostenibilità e l'eticità. Sono marche che **Riccardo Illy** conosce personalmente e di cui certifica i requisiti. In questa selezione esperta, e in questa garanzia, sta il primo grande elemento distintivo del progetto **Incantalia**. Anche lo sviluppo del progetto, che proietta la miglior tradizione alimentare nella contemporaneità, presenta diversi elementi originali: dalla scelta del nome, che esprime la visione e l'intento dell'imprenditore, a quella del logo che unisce un carattere solido, moderno e cosmopolita come il Gotham, disegnato agli inizi di questo secolo, a un pittogramma (cioè un simbolo grafico) che trae ispirazione dal decoro di un piatto etrusco del IV secolo a.C. Non potevano non essere innovativi anche il concetto e la struttura del punto vendita. Uno spettacolare lampadario di Murano accoglie i visitatori. Dentro un ambiente segnato dal colore bandiera, un particolare tono di rosa-arancio, vibrante e riconoscibile, si snoda un sistema di scaffali continui che porta tutti i prodotti ad altezza di sguardo. Ogni offerta è corredata da informazioni sui produttori. Il negozio **Incantalia** non vuole essere solo un punto di acquisto di cibi e vini meravigliosi, ma anche un luogo aperto e accogliente, in cui fare esperienze di gusto, e da cui si diffondono cultura enogastronomica e conoscenza delle nostre eccellenze e delle nostre tradizioni. Il lancio è accompagnato da una campagna pubblicitaria con una forte componente narrativa, perché le cose da raccontare sono tante e tutte interessantissime, amplificata dalla qualità estetica dalle magnifiche foto di Fulvio Bonavia, che anch'esse evocano l'unione tra contemporaneità e cultura pittorica rinascimentale italiana ed europea. Chi lo desidera può trovare ulteriori informazioni e approfondimenti online, sul nuovo sito di **Incantalia**. Commenta **Riccardo Illy** Presidente del **Polo del Gusto** L'inaugurazione di **Incantalia** segna l'inizio di una nuova fase di sviluppo del **Polo del Gusto**, il punto di arrivo di un percorso cominciato tanto tempo fa, con la diversificazione dell'offerta all'interno del Gruppo **illy**. Sin dai primi anni infatti, abbiamo avviato una serie di acquisizioni e investimenti con un obiettivo preciso: individuare e accogliere produttori d'eccellenza in settori per noi strategici, e sempre complementari tra loro - cioccolato, tè, biscotti, succhi di frutta, vino. Abbiamo investito con convinzione nella selezione della qualità top di gamma, consapevoli di come fosse l'orientamento più a lungo termine e più vicino alla sensibilità contemporanea dei consumatori. È una visione che oggi vogliamo condividere in ogni negozio di **Incantalia**, che si svilupperà nel prossimo futuro in Italia e all'estero, e che punta a un'integrazione completa tra le vendite online e offline. Ringrazio il management di **Domori** per l'implementazione di tutti gli aspetti della gestione e della logistica, e in particolare Roberto Di Martino, responsabile del Retail, che ha coordinato i lavori e la realizzazione di questo primo punto vendita triestino. Fondato nel e presieduto da **Riccardo Illy**, il è la holding del Gruppo **illy** che riunisce tutti i marchi extra caffè: eccellenze del settore agroalimentare che si distinguono per la qualità assoluta del prodotto finale e per la spiccata sensibilità agli aspetti dell'impatto ambientale. Ne fanno oggi parte: (succhi di frutta e bevande), (frutta conservata), **Dammann Frères** (tè pregiati), **Domori** (cioccolato superlativo), Pintaudi (biscotti e prodotti da forno). **Domori** ha acquisito inoltre due storici marchi di cioccolateria inglese, **Prestat** e Rococo Chocolates. Horecanews.it informa ogni giorno i propri lettori su notizie, indagini e ricerche legate alla ristorazione, piatti tipici, ingredienti, ricette, consigli e iniziative degli chef e



barman, eventi Horeca e Foodservice, con il coinvolgimento e la collaborazione delle aziende e dei protagonisti che fanno parte dei settori pasticceria, gelateria, pizzeria, caffè, ospitalità, food e beverage, mixology e cocktail, food delivery, offerte di lavoro, marketing, premi e riconoscimenti, distribuzione Horeca, Catering, retail e tanto altro!
Compila il mio modulo online