

domenica 17 Settembre 2023

Comunicaffè


[HOME](#) [NOTIZIE](#) [EVENTI](#) [TREND&MERCATI](#) [INDUSTRIA](#) [MERCATO](#) [SALUTE](#) [TECNOLOGIA E TECNICA](#) [CACAO](#) [TÈ INFUSI](#)
[COMUNICATI STAMPA](#) [ORGANIZZAZIONI](#)

## Il Polo del Gusto lancia Incantalia: a Trieste il primo store dei negozi

Riccardo Illy, presidente della sub-holding del Gruppo illy: "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 2000, 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. E' 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"

17 Settembre 2023

Share

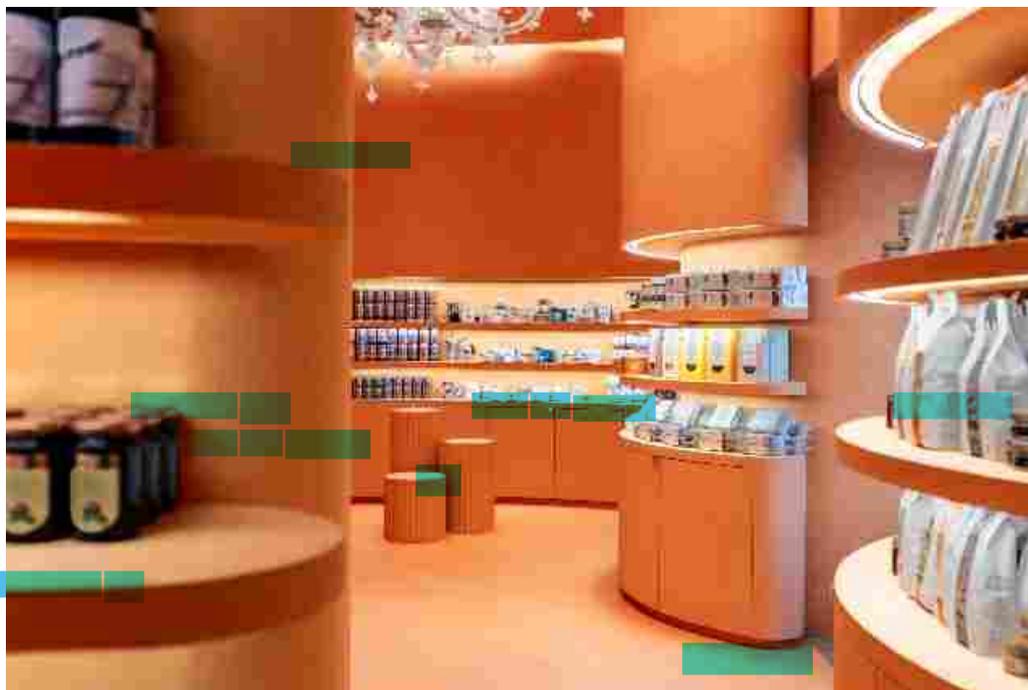


### Ultime Notizie

Fazenda da Lagoa, lo spirito della piantagione, il rispetto dell'ambiente e la sostenibilità



17 Settembre 2023



L'interno dello store Incantalia a Trieste (immagine concessa)

**Da leggere**

**Alberto Marchetti, il gelato scelto per la Reserve Roastery Starbucks: "Dal 2007 a oggi, il prodotto è rimasto uguale e i clienti vedono come..."**

14 Settembre 2023



**TRIESTE - 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.**



L'esterno dello store a Trieste (immagine concessa)



**Il Polo del Gusto presenta il progetto Incantalia**

**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**

**Il Coffee Barometer, 11 player mondiali sul piano della sostenibilità con la prospettiva che il caffè a buon mercato sta per finire**  
17 Settembre 2023

**Howard Schultz si dimette dal Cda della catena che ha trasformato nel colosso globale delle caffetterie**

14 Settembre 2023





TME festeggia i 40 anni con l'evento "Innovation Talks The future of coffee", 12/10  
14 Settembre 2023



Brita spiega gli effetti sensoriali dei tipi di acqua di rubinetto nel caffè con un white paper completo da scaricare gratuitamente  
14 Settembre 2023



Andrej Godina: "La qualità del caffè è cambiata, tutta colpa dell'Ibrido de Timor"  
14 Settembre 2023



l'eticità".

Testa continua: "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".



C'è di più: "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.".

Testa aggiunge: "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".

### Un centro di diffusione per la cultura enogastronomica

Testa incalza: "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"

Testa conclude: "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 2000, infatti, abbiamo avviato una serie di acquisizione 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".



Andrej Godina: "Come le piante incrociate con l'ibrido de Timor hanno diminuito la qualità in tazza dell'Arabica"  
17 Settembre 2023



17 Settembre 2023



Trieste Coffee Experts: oltre 40 partner al roster degli sponsor dell'evento  
17 Settembre 2023



illycaffè festeggia il 1° anniversario del flagship store rinnovato di Monte Napoleone  
17 Settembre 2023



Riccardo Illy continua: “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. **E’ 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**”.

Riccardo Illy conclude: “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 2019 e presieduto da Riccardo Illy, il Polo del Gusto 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: Achillea (succhi di frutta e bevande), Agrimontana (frutta conservata), Dammann Frères (tè pregiati), Domori (cioccolato superfine), Pintaudi (biscotti e prodotti da forno). Domori ha acquisito inoltre due storici marchi di cioccolateria inglese, Prestat (2019) e Rococo Chocolates (2022).

**TAGS** Il Polo del gusto Riccardo Illy



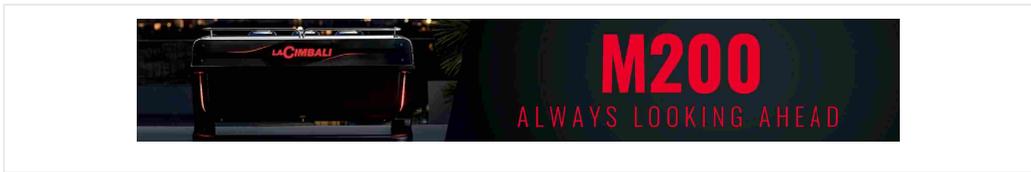
Articolo precedente  
**Ferrero definisce accordo su premio ad obiettivi: circa 2400 euro a lavoratore**

Articolo successivo  
**illycaffè festeggia il 1° anniversario del flagship store rinnovato di Monte Napoleone**



Analisi, R&S, consulenza e formazione sul caffè

**Ferrero definisce accordo su premio ad obiettivi: circa 2400 euro a lavoratore** **ERRER**  
 17 Settembre 2023



**Comunicaffè**

© Copyright 2023 - Editoriale  
 Comunicaffè  
 P.IVA 05752870963



**L'EditorialeSezioni**

Sin dal primo numero l'obiettivo di Comunicaffè è stato quello di raggiungere una platea sempre più	AZIENDE	8175
	BAR CAFFETTERIA	7848
	COMUNICATI STAMPA	5612
	TORREFATTORI	4946
	NOTIZIE	4080

**Scelti dalla redazione**

Fazenda da Lagoa, lo spirito della piantagione, il rispetto dell'ambiente e la sostenibilità



17 Settembre 2023