



Pro Loco Villa San Giovanni APS

*Via Nazionale, 402
89018 Villa San Giovanni (RC)
C.F. 92097530809
Telefono: 3478213997
Mail: protocovsg@gmail.com*



In occasione della Giornata Nazionale del Made in Italy 2026, svolta presso la torrefazione Mauro il 17 aprile 2026, abbiamo intervistato il Chief Operating Officer di Caffè Mauro dott. Valerio Chinè, di seguito l'intervista:

Alzare l'asticella della solidità aziendale porta inevitabilmente a porsi una domanda cruciale, che in fondo riguarda anche la vita di ciascuno di noi: siamo pronti per fare il salto di qualità oppure è meglio rimanere nella nostra dimensione attuale?

Questo è l'interrogativo a cui deve rispondere circa il 99% delle piccole imprese italiane, che spesso si trovano in una fase in cui iniziano a percepirsi come marchi importanti, ma non dispongono ancora della forza necessaria per competere con i grandi colossi del settore. Anche Caffè Mauro ha vissuto questa situazione. Nell'arco dell'ultimo ventennio è sempre stata riconosciuta come un'azienda di valore, una PMI di grande impatto soprattutto come forza e riconoscibilità di brand, ma a un certo punto si è trovata davanti alla necessità di fare delle scelte: rinunciare a qualcosa per poter crescere ulteriormente. È un passaggio quasi paradossale, ma fondamentale. Per questo motivo l'azienda ha deciso di uscire dalla propria "zona di comfort" e intraprendere un percorso di cambiamento che, col senno di poi, si è rivelato vincente. Dal 2022 al 2026, infatti, Caffè Mauro ha scelto di divenire la "punta di diamante" di un gruppo industriale giovane e intraprendente come il Gruppo Gimoka, di integrarsi commercialmente ad esso, dandosi un assetto snello e sostenibile, trasformando i propri processi aziendali. I risultati premiano il fatturato del brand, oggi più raddoppiato, credo sia la migliore performance degli ultimi trent'anni. Si è trattato di un percorso impegnativo, fatto di sacrifici, ma estremamente significativo. Un ruolo centrale in questa crescita è stato svolto dalla valorizzazione del capitale umano, da sempre elemento distintivo dell'azienda. Le professionalità

interne sono cresciute, consolidando il proprio livello e contribuendo a elevare ulteriormente la qualità del prodotto, che rappresenta uno dei punti di forza del brand. Questo ha permesso all'azienda di assumere un ruolo rilevante non solo a livello nazionale, ma anche internazionale. Oggi Caffè Mauro è presente nella grande distribuzione e in numerosi gruppi della ristorazione, con una distribuzione capillare su tutto il territorio italiano. Ancora più significativa è la presenza all'estero: l'azienda esporta in oltre 63 Paesi e, nel settore food service, rappresenta uno dei marchi italiani più importanti. In alcuni mercati, come Israele, è addirittura leader da diversi anni, mentre in tutto il Medio Oriente continua a rafforzare la propria presenza, anche attraverso collaborazioni con grandi gruppi della ristorazione mondiale. Queste scelte strategiche derivano anche da un'analisi attenta del mercato: il marchio era storicamente molto forte nelle fasce di età più adulte, mentre risultava meno conosciuto tra i giovani. Per questo motivo sono state sviluppate nuove strategie mirate a intercettare le nuove generazioni, entrando in contesti più frequentati da un pubblico giovane, come le grandi catene della ristorazione e dei fast food. Nonostante questa spinta verso l'innovazione e la modernità, l'azienda non ha mai rinunciato ai propri valori fondamentali: il legame con la tradizione, il senso di appartenenza e il radicamento nel territorio. Caffè Mauro ha infatti sempre scelto di rimanere a Reggio Calabria, nonostante le difficoltà e le opportunità che avrebbe potuto trovare altrove, in contesti più favorevoli dal punto di vista logistico ed economico. È stata una scelta consapevole, dettata dalla volontà di valorizzare il territorio e di dare un esempio concreto, basato sui fatti più che sulle parole.

L'azienda si distingue anche per l'attenzione all'ambiente di lavoro: un contesto giovane, inclusivo e meritocratico, in cui non esistono discriminazioni e in cui le opportunità vengono offerte in base alle competenze e alle capacità individuali. Un esempio concreto è la presenza di numerose figure manageriali femminili, scelte esclusivamente per merito. Questa visione si fonda sull'idea che il successo aziendale sia il risultato di un lavoro di squadra: quando il singolo contribuisce con qualità, ne beneficia l'intero gruppo, elevando il livello complessivo dell'organizzazione. Infine, l'azienda mantiene un forte legame con il territorio e con la comunità, rimanendo sempre aperta al dialogo e alla condivisione della propria esperienza.

Il messaggio che emerge è chiaro: costruire qualcosa di significativo è possibile, a patto di avere determinazione, visione e la capacità di

concentrarsi sulle opportunità, senza lasciarsi frenare dalle difficoltà. Questi stessi valori affondano le radici nella storia del fondatore, che con tenacia e resilienza è riuscito a trasformare un sogno in una realtà concreta. Oggi, il brand Caffè Caffè sente la responsabilità di portare avanti questo percorso, mantenendo intatti gli stessi principi di impegno, forza e visione.

Quanto conta il Made in Italy?

Il Made in Italy rappresenta un vero e proprio passe-partout per entrare in tutti i mercati, soprattutto per il settore agroalimentare, dove l'Italia è considerata un'eccellenza. È il principale portatore dell'arte del "saper fare", dell'alta qualità nella realizzazione dei prodotti. Per alta qualità si intende sia la qualità delle materie prime utilizzate, sia il modo in cui i prodotti vengono presentati all'estero, attraverso strategie commerciali, di promozione e comunicazione. Si tratta quindi di un elemento di importanza assolutamente strategica, in particolare per l'agroalimentare.

Qual è la miscela che rappresenta meglio l'identità di Caffè Mauro e perché?

All'interno della nostra offerta abbiamo scelto un assortimento di miscele molto ampio, con l'obiettivo di soddisfare la maggior parte dei profili sensoriali e andare incontro ai gusti più disparati dei consumatori. A mio avviso, la miscela che rappresenta maggiormente l'identità di Caffè Mauro è la Deluxe, in quanto è il prodotto più venduto all'estero e quello che ci ha permesso di distinguerci a livello nazionale, riscuotendo al contempo grande apprezzamento anche a livello internazionale. Non a caso, rappresenta la nostra principale referenza sui mercati esteri.

Come pensa che si evolverà il consumo di caffè nei prossimi 10 anni tra sostenibilità, tecnologia e nuove abitudini?

Fare previsioni precise è complesso, poiché il settore è influenzato da numerosi fattori esterni, non direttamente legati alle capacità degli operatori né alla semplice disponibilità della materia prima. Il caffè, infatti, sta affrontando diverse criticità connesse al cambiamento climatico, oltre a

dinamiche sociali, ambientali e geopolitiche che in ogni esercizio aumentano il fattore di difficoltà del business. Un aspetto interessante è rappresentato dall'aumento del consumo, favorito anche dall'ingresso di nuovi mercati, come quello cinese, che stanno sviluppando una crescente attenzione verso questa bevanda ormai diffusa a livello globale.

Le modalità di consumo continueranno a variare in base alle diverse aree geografiche, ognuna con le proprie abitudini. Un ruolo fondamentale sarà svolto anche dalle normative, che tenderanno a tutelare i Paesi di origine e a promuovere pratiche agricole più sostenibili, evitando lo sfruttamento delle risorse. La sostenibilità è un tema molto discusso, ma la vera sfida sarà tradurlo in azioni concrete. Un altro fattore chiave sarà rappresentato dalle nuove generazioni, chiamate a portare avanti la tradizione del consumo di caffè. In Italia questa abitudine sembra in parte in calo, ma recenti evidenze scientifiche, che attribuiscono al caffè anche effetti benefici per la salute, potrebbero contribuire a superare alcuni luoghi comuni. È probabile che, più che crescere ulteriormente, il consumo si stabilizzi sui livelli attuali. Inoltre, in Italia il caffè è stato a lungo sottostimato in termini di catena del valore, mentre in altri Paesi gli viene attribuito una valorizzazione diversa. Sarà quindi importante puntare maggiormente la qualità del prodotto, incentivando i consumatori a scegliere caffè di livello superiore, anche nei pubblici esercizi, che dovranno compiere nella loro mentalità una vera e propria rivoluzione copernicana: investire sulla qualità non solo del servizio ma anche della bevanda che somministrano.

Che consiglio darebbe a un giovane che vuole entrare nel mondo dell'industria alimentare?

Consiglierei senza esitazione questo percorso, perché l'industria alimentare rappresenta una filiera estremamente completa e affascinante. Permette di conoscere tutte le fasi del processo produttivo, dalla selezione della materia prima fino alla distribuzione del prodotto finito.

Si tratta di un sistema complesso, ma proprio per questo ricco di stimoli, che consente non

solo di comprendere il funzionamento del mondo produttivo, ma anche di entrare in contatto con le culture dei Paesi di origine delle materie prime e

con quelle dei mercati di destinazione. Nel caso del caffè, ad esempio, si ha la possibilità di conoscere realtà molto diverse tra loro e di esportare la cultura italiana nel mondo. Inoltre, l'agroalimentare rappresenta uno dei principali punti di forza dell'Italia, non solo per il patrimonio culturale e paesaggistico, ma soprattutto per la tradizione enogastronomica. Ogni regione possiede le proprie specialità e tradizioni locali, offrendo una varietà straordinaria di prodotti tipici. Per questo motivo, ritengo che il settore agroalimentare continuerà a rappresentare un pilastro fondamentale per il nostro Paese anche in futuro.

Conclusione:

Grazie mille, dottor Chine. È stata un'esperienza molto interessante e costruttiva.

Risposta:

Grazie a voi, è stato un piacere aprire le porte di casa nostra, che è anche la vostra.

Conclusione:

Un ulteriore ringraziamento per il vostro impegno nel territorio: rappresentate una realtà che continua a resistere, a distinguersi e a contribuire alla valorizzazione delle eccellenze locali nella nostra amata Calabria.