



Bianca Saquella, erede della dynasty pescarese del caffè, sta lavorando all'allestimento della catena di coffee shop con il marchio di famiglia. Attesa per l'inaugurazione del punto di piazza Salotto

UNA STORIA PESCARESE

## E nella nuova piazza Salotto apre il primo Saquella show

di FEDERICA GIALLORETO

Non si conosce, al momento, la data di apertura, ma il maquillage in corso con un team di professionisti promette un risultato eccellente. E si perché dopo la ristrutturazione di locali storici come "Thomas", "Dulio" e "Regina Elena", anche il "Bar Salotto" si rinnova. A trasformarlo in un coffee shop sarà l'azienda Saquella, che da oltre un secolo, nello stabilimento pescarese, interpreta l'arte dell'espresso italiano selezionato, sottoposto a torrefazione, miscelatura e confezionamento. Il locale nel cuore della rifiorita piazza Salotto, sarà il classico bar all'italiana con design all'avanguardia e ambienti eleganti e confortevoli dove sorseggiare un espresso dall'intenso aroma e acquistare caffè tostato.

«Era fondamentale essere presenti in uno spazio storico come piazza Salotto - spiega Enrico Saquella, nipote del fondatore Clemente Saquella e titolare dell'azienda col fratello Luigi - che grazie alla riqualificazione compiuta dall'amministrazione comunale tornerà ad essere il fiore all'occhiello della città. Spesso ospitiamo stranieri a Pescara, e solitamente rimangono colpiti da due luoghi: il lungomare e piazza primo Maggio, ed è questo il motivo principale che ci ha spinto ad aprire lì». Ma il nuovo coffee shop sarà solo un progetto pilota di una catena di locali che sotto la regia di Bianca Saquella, quarta generazione al comando, apriranno in altre parti del mondo, in particolare in Germania, principa-

### Debutta la catena di negozi dell'azienda di caffè che punta su Germania e Malta

le mercato estero dell'azienda di caffè dove la "Saquella Deutschland GmbH" cura l'attività di vendita nel settore della grande distribuzione. Ma anche in Russia, Malta e Israele, dove è già avviata una caffetteria nella città di Tel Aviv. «Per noi l'esportazione è importante - dice Enrico - e nel primo semestre del 2005, a livello regionale, siamo

arrivati al 4 per cento come esportazione di bevande. Però prima di aprire coffee shop all'estero vogliamo studiare le esigenze del consumatore straniero che ama, ad esempio, bere il caffè da seduto e non al bancone come facciamo noi, e diversamente dagli italiani, preferisce il cappuccino all'espresso». Solo il 20 per cento degli stranieri sceglie l'espresso, contro l'80 per cento degli italiani. Gli abruzzesi rispecchiano fedelmente la tendenza nazionale. E tanto per stringere relationship, visto che l'azienda ha rapporti commerciali con 40 Paesi del mondo, dopo aver sponsorizzato un concorso per una trasmissione televisiva maltese in onda tutte le domeniche in prime time sul canale nazionale, giovedì e venerdì saranno ospiti dell'azienda alcuni

giornalisti maltesi e una telespettatrice risultata vincitrice di un concorso, promosso dalla Saquella, in quanto capace di bere quindici espressi al giorno. Beata lei. «I maltesi sono grandi ammiratori del nostro Paese - aggiunge Saquella -. Stringere rapporti con Malta, significa per la nostra azienda puntare al Mediterraneo, come mercato interessante. Presto apriremo all'interno dell'aeroporto de La Valletta un bar all'italiana con la nostra griffe». Un'azienda in forte espansione, dunque, che nel 2005 ha registrato un incremento delle esportazioni «dovuto al fatto che il caffè viene riconosciuto ancora come prodotto italiano - conclude - ed è uno dei pochi alimenti a vantare una garanzia di provenienza e che i cinesi non ci hanno ancora copiato».