



Una piccola realtà commerciale conosciuta soprattutto nella propria zona, un giovanissimo imprenditore (ma con la passione e la professionalità di un grande, esperto e maturo uomo d'affari), un desiderio vivo di esplorare mercati lontani ed un prodotto di alta qualità e flessibile nella proposta: sono questi gli elementi di forza del *Caffè del Granducato* di Lorenzo Pianigiani, figlio

di un capace e conosciuto pasticciere di Sesto Fiorentino. L'azienda ed il brand, seppure recenti, fanno leva su una lunga tradizione e - soprattutto - su una meticolosa e quasi maniacale attenzione alla qualità del caffè; la selezione delle miscele, l'attenta e scrupolosa attenzione alle modalità di degustazione sono, nello specifico, gli elementi più importanti che l'azienda intende esportare all'estero.

Il giovane *brand* non potrà nell'immediato essere un *competitor* dei famosi colossi del settore (già stabilmente presenti da anni sia nei maggiori mercati mondiali che in quelli emergenti), ma il *target* cinese e la proposta commerciale innovativa, nonché la volontà di partecipare in prima persona alle attività promozionali in Cina, aprono scenari commerciali nuovi che anche una piccola azienda,





grazie alla sua flessibilità e dinamicità, può affrontare. Il *Caffè del Granducato* è il classico esempio di come una piccola o media impresa, grazie all'elevata professionalità e alla disponibilità ad osservare, apprendere e proporre, possa avere successo in mercati lontani (ed apparentemente impossibili) come quelli asiatici e, in particolare, in Cina, dove il caffè è un mercato importante ma altamente concorrenziale. Tutti pensano che per affrontare la Cina servano capitali, strutture aziendali, predisposizione ed esperienza all'internazionalizzazione, ma è bene sapere che esistono anche fette di mercato oggetto delle richieste di gruppi cinesi che ricercano quella professionalità ed esperienza che manca alla loro pianificata attività economico-finanziaria: esportare il *Made in Italy* in Cina è anche esportare quel *know-how* tecnico e di

marketing tanto ricercato dai cinesi. Lorenzo Pianigiani è un esponente della nuova generazione di giovani imprenditori italiani che hanno queste capacità e che non si fanno scoraggiare dalle negatività che i *media* vorrebbero trasmetterci quotidianamente; la tenacia della gioventù, unita alle capacità e competenze professionali che Pianigiani incarna e che l'azienda *Caffè del Granducato* esporta, possono essere la leva e l'esempio non solo per altre giovani imprese, ma anche per imprenditori maturi che sembrano aver perso lo slancio e l'entusiasmo di un tempo. Il mercato cinese è un mercato giovane fatto per i giovani, dove questi ultimi sono il motore dell'economia, pur sempre sotto la guida esperta e l'esperienza degli anziani. E allora spazio alla creatività delle giovani imprese e... in bocca al "dragone"!



Officina Granducato Srl
Via Fra Giovanni Angelico 4/r
50121 Firenze
www.caffedelgranducato.com



**Michele
Taccetti**

L laureato in Scienze Politiche con una tesi sulla Cina, rappresenta la terza generazione della sua famiglia che opera con il grande paese asiatico. Questa attività è iniziata con il nonno Arnolfo nel 1946 e proseguita dal padre Ubaldo nel 1980. Dal 1995 assiste le aziende italiane interessate ad aprire il mercato cinese in vari settori merceologici ed in particolare per la promozione e vendita del *Made in Toscana* in Cina. Dal 1998 svolge attività di formazione in materia di Marketing ed Internazionalizzazione focus Cina ed è consulente per il Ministero dello Sviluppo Economico.

Per info:
michele.taccetti@china2000.it

