

Caffè Carbonelli, eccellenza digitale al Faberlab

Pubblicato: Venerdì 11 Novembre 2016



Cosa lega una tazzina di caffè ad una lattina di Coca Cola? Un nome: **Luca Carbonelli**, trentaquattro anni, napoletano. Produttore di caffè. Per la cronaca, l'imprenditore che ha salvato l'impresa di famiglia – la Torrefazione Carbonelli – dalla chiusura. Dando al brand di famiglia, in un settore di nicchia, la stessa riconoscibilità della Coca Cola.

Oggi i Carbonelli sono uno fra i punti di riferimento, non solo in Italia, per chiunque ami il buon caffè. La bevanda più consumata al mondo dopo l'acqua. Una bevanda, però, che vive di concorrenza, frizioni economiche, tensioni competitive. La spinta al cambiamento non è semplice e non può essere immediata, ma Luca si ripete continuamente «conosci te stesso, individua la tua virtù, falla esplodere».

Al **Faberlab di Tradate**, giovedì 10 novembre in occasione di un workshop sull'uso del web e dei social per rilanciare la propria attività imprenditoriale (per il progetto **Giovani di Valore** promosso da **Fondazione Cariplo** e Welfare in Azione), il rito del caffè si è consumato in rete.

Perché Carbonelli, responsabile Sales & Marketing per l'azienda di famiglia, **ha lavorato così tanto e duramente sul web** da essere entrato, oggi, tra le **Eccellenze digitali di Google**. «L'uso migliore che si può fare dei social – dice Luca – è considerarli come un info point sulla tua attività dove la comunicazione del prodotto deve capire le esigenze degli utenti. Un primo consiglio per chi voglia trasformare i social in leve di business è questo: non impegnatevi nelle solite azioni da manuale ma impegnatevi per essere su tutti i social, per rispondere tempestivamente agli stimoli dei clienti, per

raccontare in modo trasparente anche i vostri errori e limiti. Perché dare valore ai propri difetti può essere un valore per il proprio prodotto. Alla Carbonelli, dove il web è considerato un hub, si rinnova una volta all'anno e lo stile e i contenuti devono essere sempre originali, ci siamo liberati dalla zavorra stupida del segreto imprenditoriale e abbiamo aperto le porte a tutti, perché il brand non va mai a dormire».

E' così che dal 2006, anno in cui la Torrefazione ha iniziato con le vendite su eBay, il fatturato dell'azienda si è decuplicato, ci si è trasferiti da un capannone di 120 mq. in uno di 600, si è data una spinta alle assunzioni e non sono mancati investimenti in macchinari che hanno permesso alla Carbonelli di rendersi autonoma anche nel packaging del prodotto. «Tutto questo – conclude Luca – ha trainato anche quello che è off line e più tradizionale con la produzione per conto terzi e con l'e-commerce B2B. L'importante è essere sempre aggiornati sulle nuove tecnologie, essere pronti ad utilizzarle e soprattutto non cedere sul fronte della formazione: 24 ore su 24 e tutto l'anno».

Perché il caffè è come il giornale del mattino: ti aiuta a partire con il piede giusto.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it