



Paola Goppion

Nell'azienda trevigiana di famiglia specializzata nella produzione di caffè di alta qualità, Paola Goppion ha portato il marketing e quel tocco di creatività femminile che mancava **di Gaia Fiertler**



Paola Goppion, imprenditrice e responsabile marketing dell'azienda di famiglia Goppion Caffè

È un affare di famiglia, ci dice Paola Goppion all'inizio dell'intervista. Goppion Caffè nasce in Veneto, a Treviso, grazie ai fratelli che si ritrovano dopo la guerra e, nel 1948, acquistano una bottega del centro, la Torrefazione Trevigiana Caffè, al cui marchio aggiungono subito Fratelli Goppion. Angelo e Giovanni erano stati in Etiopia durante la guerra, terra ricca di coltivazioni di caffè e partono con l'attività in città, mentre Ottorino e Olivo partono per la Venezuela e, a Caracas, aprono la piccola torrefazione "Cafè San Antonio - Hermanos Goppion". Quando tornano, qualche anno dopo, entrano in società con gli altri fratelli, forti delle esperienze maturate in Centro America, seguendo tutta la filiera, dalla piantagione alla tazzina di caffè. Vent'anni dopo, nel 1968, investono nel-

lo stabilimento sulla Strada del Terraglio, la via napoleonica che unisce Treviso a Venezia, con una delle prime linee di confezionamento sottovuoto in Italia e, dal 1983, Goppion Caffè è una società per azioni guidata dalla famiglia.

La seconda generazione

Paola rappresenta con i cugini la seconda generazione, figli dei primi fratelli Goppion. Ha uno spirito creativo, aveva frequentato il liceo artistico e la scuola di restauro quando, a metà degli anni '80, decide di entrare in azienda, che è già guidata dal cugino maggiore, Sergio, oggi presidente, esperto di selezione e acquisto delle materie prime, di miscele, caffè e controllo di gestione. I rispettivi padri moriranno da lì a poco e i due cugini si troveranno l'azienda nelle loro mani, consci e orgogliosi del valore creato dai loro padri con sacrificio e sapienza.

«Siamo in un posto bellissimo, sulla via napoleonica per Venezia, con un lago artificiale, tanto verde e nel mezzo delle ville venete», racconta Paola Goppion. L'azienda trevigiana produce caffè di alta qualità, con materie prime selezionate dal Brasile, Guatemala, Etiopia e India, e rifornisce soprattutto il Triveneto: bar, caffetterie e supermercati, oltre allo shop online. Ha 33 dipendenti e una ventina di agenti più i distributori all'estero e fattura 11-12 milioni di euro all'anno, di cui il 60% nel mercato Ho.Re.Ca. e il 40% nella Gdo, nel canale specializzato e attraverso la vendita sfusa nelle caffetterie di proprietà. L'export è per ora il 20% ma è in crescita, come in crescita è il prodotto in capsule compatibile della Gdo, frutto di ricerca e innovazione.

«Mi sono guadagnata i miei spazi»

Paola è entrata in azienda in punta di piedi negli anni '80 e si è subito occupata di ciò che le era più congeniale: il packaging, il marchio e le promozioni nei supermercati, che all'inizio seguiva in prima persona. «L'azienda era già gestita bene in tutte le fasi di produzione, dall'approvvigionamento all'essiccazione, la tostatura e la miscelazione del caffè, mentre quello che secondo me mancava era il gusto

per la confezione, in cui trasmettere la storia del caffè e il suo legame con le terre d'origine.» Prima donna in azienda, ci ha messo un po' a farsi ascoltare ma poi, un po' alla volta, è riuscita a far accettare le sue proposte. «Mi sono guadagnata i miei spazi, hanno riconosciuto la mia passione, la mia convinzione, il mio entusiasmo. Ho portato l'occhio femminile e così è nato il marketing in azienda», racconta Paola con spirito riconoscente.

«Il caffè, anche se di origini esotiche, è molto legato al nostro territorio»

La sua determinazione è ormai proverbiale in azienda. In anni recenti è riuscita a stringere un accordo con la Galleria Giorgio Franchetti alla Ca' D'Oro di Venezia per l'utilizzo delle immagini di due opere del Guardi per una edizione limitata di caffè. «Volevo accostare in modo ancora più deciso l'origine del caffè alla storia di Venezia, visto che in Italia è arrivato dall'Oriente con i mercanti di spezie

e Venezia è stata la prima città a veder nascere le caffetterie, dopo un secolo di bando del caffè dai luoghi pubblici», prosegue Paola. Dalla Galleria, dopo le prime titubanze, riesce a ottenere lo sfruttamento delle immagini a fronte di una somma di denaro annuale da impiegare in iniziative speciali. «Ci ho messo un po' a convincerli, ma alla fine ce l'ho fatta! Il caffè, anche se di origini esotiche, è molto legato al nostro territorio», aggiunge con orgoglio Paola, che continua a portare in azienda la sua vena artistica.

Una squadra affiatata

Oggi c'è anche un'altra donna in ufficio, Silvia, figlia del cugino Sergio, che con i suoi studi in economia sta sviluppando i mercati internazionali.

«È il coro che vince», spiega Paola. «Abbiamo questa fortuna, siamo riusciti a costruire un gruppo che funziona, ci impegniamo tutti a far diventare le nostre idee le idee di tutti. All'inizio ero l'unica donna in mezzo a uomini, c'è voluta tan-

Piantagione di caffè in Etiopia (manca di caffè)





Paola in visita ai produttori di caffè della regione indiana di Karnataka. Nell'immagine la selezione dei chicchi verdi, il caffè crudo non ancora tostato, prima di spedirlo alle torrefazioni in giro per il mondo

tissima pazienza e determinazione, tanto rispetto nei confronti del lavoro. Il lavoro cresce perché diamo e riceviamo, giorno dopo giorno. A volte sarebbe più facile tirarsi indietro e invece io ho tenuto duro. Avevo gratitudine per quello che ci avevano lasciato i nostri padri. La loro perdita alla fine degli anni '80 ci ha stretti ancora di più come cugini e, negli anni, abbiamo portato avanti questo spirito di affiatamento».

I suoi figli per ora fanno altro, il più grande a Melbourne nello sviluppo commerciale di un'azienda italiana di macchine da caffè e la più piccola come designer industriale in una multinazionale.

Tra i primi a lavorare il caffè biologico certificato

«Io sono cresciuta sul campo, in azienda ho portato le mie attitudini, ma ho anche

frequentato tanti corsi. L'Unione industriali di Treviso offre tante opportunità formative. Di recente, ho seguito un corso sullo storytelling, molto utile per raccontare un prodotto ricco di storia e sfumature come il caffè».

Goppion Caffè, per esempio, è stato tra i primi a lavorare il caffè biologico certificato e ha anche la certificazione "Fair trade" sul miglioramento delle condizioni di lavoro nei Paesi d'origine del caffè. «Con queste successive esigenze e sensibilità abbiamo anche dovuto imparare a comunicare in modo nuovo al consumatore. Non c'erano i sistemi veloci dei social negli anni '90 e duemila, all'epoca si organizzavano incontri in azienda, promozioni presso la Gdo e presso i baristi per diffondere una cultura responsabile e sostenibile. È stato un circolo virtuoso e poi da lì si sono sviluppate altre iniziative».

Per esempio Goppion Caffè fa parte del Consorzio Caffè Speciali Certificati, nove produttori italiani con un bollino olografico numerato, rilasciato dal Consorzio, in base alle quantità di caffè acquistato nei Paesi d'origine, a garanzia del consumatore. «È in corso tutta una ricerca sulla ri-

Da sinistra Paola Goppion, Sergio Goppion presidente dell'azienda con la figlia Silvia e il cugino Mario Goppion





duzione delle fonti di inquinamento all'origine, a partire dai diserbanti usati e dagli scarti (bucce) inquinati rimessi in circolo», racconta Paola.

L'importanza della formazione

Ma l'impegno della sua azienda è forte anche nella parte finale della filiera. La Scuola Goppion Caffè, infatti, forma i baristi dei suoi clienti e delle sue caffetterie ed estende la sua esperienza e le sue competenze tecniche a tutti i professionisti del settore. Così in sede, che da metà novembre ha una nuova area dedicata alla formazione con più banchi di assaggio, postazioni per le infusioni a filtro e nuove macchine, ospita corsi per baristi e professionisti anche non legati al proprio marchio.

Infine, in occasione dei 70 anni di vita dell'azienda, sempre nel 2018 ha avviato dei cicli di incontri per sensibilizzare i consumatori al gusto e alle caratteristiche del caffè a Padova, Castelfranco Veneto e Treviso e, superata la prova degustazione, il raggio degli eventi si estenderà per far conoscere meglio un caffè di qualità.

Un letto comodo, con lenzuola candide e profumate

Sembra una richiesta facile da soddisfare quella di Paola Goppion, lenzuola candide e profumate in hotel, ma non lo è quando ci si spinge in terre lontane, soprattutto in Centro e Sudamerica e Oriente. Ci va spesso?

«Una volta all'anno compio viaggi lontani per una quindicina di giorni. Per monitorare la produzione e trovare piccoli produttori che rispettino gli standard del nostro consorzio Caffè Speciali Certificati bisogna andare sul territorio. E sono posti dove non è scontato trovare igiene e comfort, per questo penso al letto e alla pulizia come prima richiesta in hotel!»

Cosa cerca d'altro in vacanza e per lavoro?

«Sono una persona molto pratica, "spartana" direbbe mia sorella. In vacanza mi muovo in camper e, in generale, cerco luoghi comodi e confortevoli. A Milano vicino alla fiera se devo andare in fiera, mentre se ho appuntamenti in centro hotel vicini alla stazione per la comodità di recuperare il bagaglio prima di ripartire con il treno. Prenoto spesso all'Hotel Michelangelo, comodo anche per le sale riunioni. Lo stesso vale all'estero in base agli appuntamenti di lavoro. Quello che voglio trovare è un letto e un cuscino comodi, lenzuola e asciugamani che profumino di pulito e una buona colazione. Mentre a piscine e Spa preferisco un museo o una buona lettura».

Preferisce le catene o l'hotel singolo?

«Le catene sono un buon riferimento perché ti garantiscono ovunque uno standard minimo, mi vengono in mente Ibis e Best Western. E alcuni hotel bellissimi, come l'Atlantic Kempinsky ad Amburgo e a Parigi il "François 1er" dietro gli Champs-Élysées».

Qualche ricordo emozionale legato a hotel?

«In Guatemala, ad Antigua, ricordo il Casa Santo Domingo, un hotel dentro un ex convento bellissimo, con una ricchezza incredibile di oggetti restaurati, sculture lignee e una vegetazione lussureggiante che entrava nelle camere. Un altro ricordo speciale è a Bangalore, in India, al Taj West End Hotel. Mi piacciono gli alberghi con una storia da raccontare».

Una lunga storia come il caffè. Come vedrebbe il suo caffè negli hotel di lusso con personalità?

«Mi piacerebbe portare l'aroma e il profumo del mio caffè in questi luoghi bellissimi, ma il caffè è un prodotto molto delicato che ha bisogno di tanta preparazione e anche di grande consumo perché non si ossidi dentro il macinino in attesa di essere consumato. Non mi risulta che nei bar degli hotel di lusso si faccia un gran consumo di caffè, più facile il super alcolico dopo cena. Ma il trend si può anche invertire, magari puntando sul caffè al bar la mattina per incontri di lavoro.»

