

L'Economia - Mezzogiorno Campania - Lunedì 20 Ottobre 2025

TRUCILLO 75 anni e una tazzina in usa

No grazie, il caffè americano mi rende nervoso. E allora via libera a quello made in Italy formato esportazione. A New York la tazzina tricolore si chiama Trucillo. La torrefazione salernitana di proprietà familiare da tre generazioni, che quest'anno ha festeggiato i 75 anni di attività, ha ormai conquistato un mercato strategico su cui continua a investire con decisione. «Grazie alla prestigiosa partnership con Ammirati Coffee, il principale distributore di caffè dell'area metropolitana di New York, che da quasi 60 anni fornisce bar, ristoranti e hotel, tra cui i locali più prestigiosi, frequentati abitualmente dalle star hollywoodiane - spiega l'amministratore unico, Matteo Trucillo - abbiamo creato una società di distribuzione diretta negli Usa che lavora con i supermercati di nicchia. Il prodotto italiano ha ancora un grande appeal e il mercato, nonostante le difficoltà economiche e geopolitiche globali, sta rispondendo non bene ma benissimo. Nell'East Coast c'è una vera e propria passione per il nostro caffè».

Merito di un prodotto che non solo è buono ma si presenta anche bene, nei barattoli da collezione che riproducono la tipica gestualità napoletana, dal forte impatto scaramantico, e il design colorato che evoca la bellezza senza tempo dei luoghi iconici della Costiera amalfitana. «Certo, la politica dei dazi di Trump un po' ci preoccupa - riflette Trucillo - al momento i dazi sul caffè si aggirano sul 15-16%, sono alti ma ancora sostenibili. Speriamo che non schizzino al 107% come è accaduto con la pasta».

Il successo a stelle e strisce conferma la vocazione del marchio salernitano: l'internazionalità che rappresenta oltre il 70% del fatturato. Trucillo è oggi presente in più di 40 Paesi, con una solida rete di distributori e clienti fidelizzati. «In tutto il Medio Oriente - aggiunge l'amministratore unico - possiamo contare su oltre 15 distributori e a Dubai, grazie alla sinergia con un emiro che ha investito su di noi, abbiamo aperto tre coffee-shop. E da novembre si sorseggerà Trucillo anche alle Maldive».

Bisogna però fare una precisazione e l'affidiamo a Fausta Colosimo, responsabile mercati internazionali e moglie di Matteo: «Noi non vendiamo il caffè con la bandiera italiana ma con la nostra Accademia, la prima scuola del caffè del centro-sud Italia, fondata nel 1998, un centro di apprendimento internazionale per formare i professionisti del bar, della ristorazione e dell'ospitalità, ma anche per accogliere gli appassionati del caffè». Sono oltre 10.000 le persone che ad oggi si sono formate presso questa accademia, (che fa capo ad Antonia Trucillo, terza generazione in azienda con la sorella Andrea e il fratello Cesare) e tra tutte queste ce ne sono alcune veramente speciali: «In collaborazione con l'Associazione Duna di Sale - riprende Colosimo - abbiamo aperto le porte dell'Accademia a un gruppo di donne vittime di violenza, che hanno la necessità di doversi ricostruire un presente il più possibile lontano da quella che è stata la loro vita precedente, che le ha viste vittime di abusi o di tratta. Donne che non si sa dove abitano, perlopiù straniere arrivate in Italia in cerca di opportunità, che hanno sperimentato segregazione, violenza e addirittura la catena. Una di loro, appena diciottenne, è arrivata nel nostro Paese su un barcone e incinta. Storie che ci hanno profondamente colpito e commosso ma dal superamento delle quali nasce la possibilità di imparare un mestiere e diventare economicamente indipendenti. Su trenta donne che hanno preso parte alle lezioni sette sono riuscite ad essere costanti e hanno conseguito l'attestato professionale e quattro hanno già trovato lavoro come barista». Un sorso di speranza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA