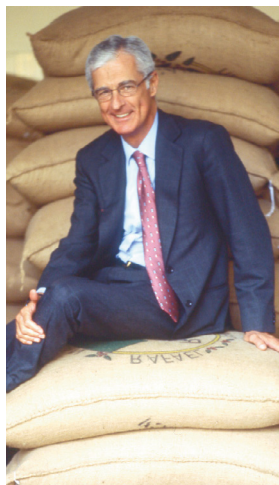


DRINKIN

experience the world of Martino Zanetti

appunti da bere





Hausbrandt Trieste 1892 S.p.A. presenta il nuovo Drink In, rinnovato nei contenuti, nella grafica e nello stile.

Drink In è il nostro modo di offrire informazione ed approfondimento, un progetto editoriale che si propone di avvicinarci ancora di più ai nostri collaboratori e al mondo che ci sta vicino, instaurando con tutti un canale di dialogo diretto, aperto quindi alle osservazioni e alle iniziative.

In Hausbrandt vogliamo interpretare il mercato e le sue evoluzioni con uno spirito dinamico e attento, per avanzare da protagonisti lungo lo stesso percorso di crescita culturale che tutti noi siamo chiamati ad affrontare in un mondo sempre più competitivo.

Crescita culturale significa vivere le evoluzioni ed i cambiamenti, sapendone cogliere sempre gli slanci per progredire. Tanto più in momenti storici non facili come quelli che stiamo vivendo, ci proponiamo di rispondere alle indicazioni del mercato, anticipandone

le tendenze e i desideri.

All'interno di Drink In avrete modo di scoprire tutte le novità del mondo Hausbrandt e di confrontarvi con esso dando il Vostro contributo.

C'è spazio per tutto, per esprimersi e confrontarsi, per fare di ogni numero un compagno piacevole, ricco di contenuti e di informazioni pratiche.

Buona lettura!

Hausbrandt Trieste 1892 S.p.A. presents the novel Drink In with its new contents, graphics and style.

Drink In is our way of providing information and an in-depth analysis, an editorial project aiming to get even closer to our collaborators and the world surrounding by establishing a channel for direct dialogue open to remarks and initiatives by everyone.

Our desire at Hausbrandt is to interpret the market and its evolution with a dynamic and careful spirit to proceed as the protagonists along the same path of cultural growth we are all called to face in an increasingly competitive world.

Cultural growth means experiencing evolutions and changes and always knowing how to take advantage of momentum to move forward. All the more, in difficult historic moments such as these, we have decided to respond to market indications by anticipating trends and desires.

Drink In allows the reader to discover the latest developments from the world of Hausbrandt so comparisons and contributions can be made.

There is room for everything, to express yourself and to make comparisons so every issue is a pleasant companion enriched with practical content and information.

Happy reading!

Il Presidente
Chairman
Martino Zanetti

Inviare le Vostre notizie a
Send your news to
news@hausbrandt.com



In copertina
la nuova Creatività di Hausbrandt
servizio a pagina 8

Cover
*Hausbrandt's new creativity
story on page 8*

2 Editoriale | *Editorial*



4 Novità | *News*



La Colomba Delice | *Colomba Delice*
La Nuova Caffee Card | *New Coffee Card*
Il Nuovo sito | *New web site*

8 Parliamo di... | *Let's talk about...*



La nuova immagine Hausbrandt
Hausbrandt's new image

9 Hausbrandt Lab | *The Hausbrandt Lab*



La filiera produttiva del caffè
The coffee production industry

12 Dal mondo Hausbrandt | *From the world of Hausbrandt*



Tradizione e Qualità in trasferta a Mosca
Italian tradition and quality brought to Moscow
Al Museo Guggenheim | *Guggenheim Museum*

15 Dall' estero | *From abroad*



Parliamo di Sam Moka
Let's talk about Sam Moka

Informativa ai sensi dell'art.13 del D.lgs. 196/2003 sul trattamento dei dati personali
HAUSBRANDT TRIESTE 1892 SPA. – Titolare del trattamento – ha estratto i Suoi dati personali dal proprio archivio clienti. I dati, di cui non è prevista la diffusione, sono trattati con procedure automatizzate e manuali solo dai dipendenti designati incaricati del trattamento, per fini promozionali e commerciali.
Potrà rivolgersi a HAUSBRANDT TRIESTE 1892 SPA via Foscarini, 52 NERVESA DELLA BATTAGLIA (TV) per avere piena informazione di quanto dichiarato, per esercitare i diritti previsti dall'art.7 del D.lgs. 196/2003, e perciò consultare, modificare e cancellare i dati od opporsi al loro utilizzo nonché per conoscere l'elenco dei Responsabili del trattamento.

Information on the handling of personal data pursuant to art.13 of legislative Decree 196/2003
HAUSBRANDT TRIESTE 1892 SPA. – Treatment Holder – has extracted your data from its customer database. The data, for which no circulation is foreseen, is only handled automatically and manually by employees appointed specifically to do so, for promotional and commercial purposes.
You can contact HAUSBRANDT TRIESTE 1892 SPA via Foscarini, 52 NERVESA DELLA BATTAGLIA (TV) to have full information on what has been declared herein, to exercise the rights foreseen by art.7 of legislative decree 196/2003, and therefore consult, amend and cancel said data or oppose its use, and to see the list of those Responsible for data Handling.

La Colomba Delice



Con l'avvicinarsi della Pasqua, una nuova delizia in casa Hausbrandt contribuirà ad addolcire la festività: la Colomba Delice, un prodotto artigianale che interpreta al meglio l'eccellente tradizione dolciaria Italiana.

La tradizionale festività della Pasqua si esalta così con i nuovi colori e i delicati profumi di questo tipico dolce primaverile.

Gli ingredienti impiegati sono tutti naturali e semplici, tali da formare un impasto soffice e fragrante impreziosito da un gustoso aroma di arancio e vaniglia. E per finire un'invitante glassa di nocciole, arricchita da croccanti mandorle tostate, che ricopre il dolce e aggiunge un tocco di golosità ai momenti di festa a cui questo dolce tradizionalmente si lega.

Aromi freschi e delicati, aromi e colori che fanno di gioja, di giorni festivi, di primavera...

La Colomba Delice è racchiusa in un'elegante confezione da pasticceria, nei toni raffinati del bianco e del lilla che si intervallano tra spensierate linee e pois, ricordando le prime confezioni pasticciere. Veri e propri cofanetti dai colori delicati e romantici che, un tempo, custodivano torte con glasse colorate e deliziose praline.

Colomba Delice è un'eccellente idea per un regalo da fare a parenti ed amici! Inoltre la scatola potrà essere utilizzata come contenitore milleusi da tenere in casa, tra gli scaffali dei ricordi...

Un pensiero Hausbrandt per dei momenti felici!

Colomba Delice

With Easter just around the corner, Hausbrandt has provided a new delight to sweeten this holiday: the Colomba Delice Easter cake, a homemade product that best interprets the superb Italian confectionary tradition.

The traditional Easter holiday is enhanced with the new colours and delicate, pleasant smells of this typical Spring cake.

100% natural, simple ingredients result in a spongy, fragrant dough enhanced with a hint of orange and vanilla. It is topped off with a tasty hazelnut icing with crunchy toasted almonds that add a mouth-watering touch to the joyous occasions this cake is traditionally tied to.

A combination of fresh, delicate aromas, scents and colours that taste of joy, holidays and Spring...

The Colomba Delice is elegantly wrapped in sophisticated shades of white and lilac alternating between fun stripes and polka dots, reminiscent of early pastry-shop wrapping; true boxes in soft, romantic colours that once contained cakes with coloured icing and delicious pralines.

Colomba Delice is an excellent gift for friends and family! And the box can be used at home as a multipurpose container to store all sorts of souvenirs...

A Hausbrandt gift to accompany happy moments!



Hausbrandt Coffee Card

Coffee Card è la proposta di Hausbrandt per aiutare il barista a fidelizzare, incuriosire e “coccolare” i suoi clienti.

Uno strumento pratico e versatile, valido per 10 o 20 caffè, per consolidare l'abitudine del cliente a concedersi ogni giorno il piacere di un espresso perfetto, con in più un utile omaggio:

un undicesimo caffè, con l'acquisto della Card 10, un barattolo da 250 gr di caffè macinato, con la Card 20.

Per il lancio dell'iniziativa, è prevista una promozione, valida fino al 31/10/2009, che prevede ogni 2 kg di caffè in barattolo, Moka, Espresso o Decaffeinato, 1 kg in omaggio e il regalo di un'elegante espositore da banco dedicato alla Coffee Card!



Hausbrandt Coffee Card

The Coffee Card is Hausbrandt's way of helping the barman foster loyalty among customers, trigger curiosity and “pamper” clients.

This practical and versatile tool is valid for 10 or 20 coffees and consolidates the customer's ritual of enjoying a perfect espresso everyday - and it comes with a free gift too:

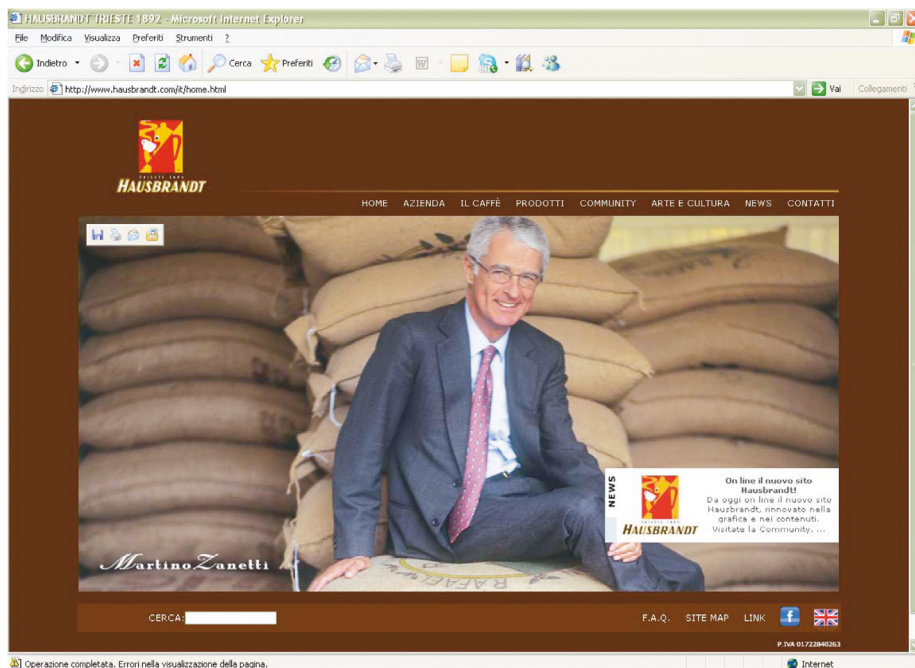
the 11th coffee is free when Card 10 is purchased

a 250 g can of ground coffee is free when Card 20 is purchased

Promotion has been organised to launch the initiative and is valid until 31/10/2009. The initiative envisages 1 free kilo of canned Moka, Espresso or Decaffeinated for every 2 kilos purchased and a gift: an elegant countertop display dedicated to the Coffee Card!



Il nuovo sito Hausbrandt



sezione viva, animata e aperta a chiunque, costruita con l'apporto di tutti coloro che vorranno parteciparvi ed arricchirla con la propria creatività.

Il nuovo sito non è solo uno spazio virtuale, ma uno strumento pratico per accedere a tutte le novità dal mondo Hausbrandt e per interagire direttamente con l'azienda. Ampie sezioni con contenuti sempre aggiornati, notizie, eventi, curiosità, consigli e ricette completano le tradizionali sezioni dedicate alla storia e alle novità di prodotto.

La sezione **prodotti**, sempre ricca ed aggiornata, contiene schede tecniche ed approfondimenti utili per gli operatori del settore e gli appassionati del buon caffè. La sezione **news** permette di essere sempre informati sulle iniziative e gli appuntamenti da non perdere. Inoltre è possibile ripercorrere la storia dell'azienda, resa vivace ed interessante con l'introduzione di immagini storiche, pubblicità e manifesti, che mostrano l'evoluzione di questo marchio storico e ricco di tradizioni da conservare, ma sempre proiettato verso il futuro.

Un punto di riferimento indispensabile non solo per i clienti, baristi e ristoratori, ma per tutti coloro che amano bere un espresso italiano di qualità.

Con **www.hausbrandt.com** il mondo del caffè è alla portata di un semplice click.

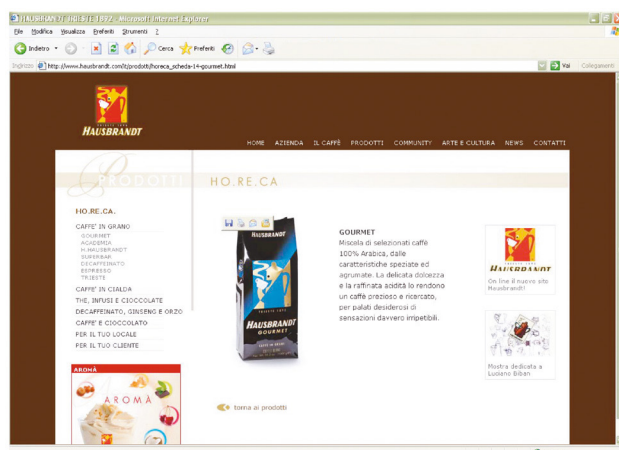
"You have to run faster to stay in the same place" questo è il pensiero di Philip Kotler, ed è proprio lo spirito di Hausbrandt per continuare a esplorare un mondo che è in continua evoluzione e che non si ferma mai...il web!

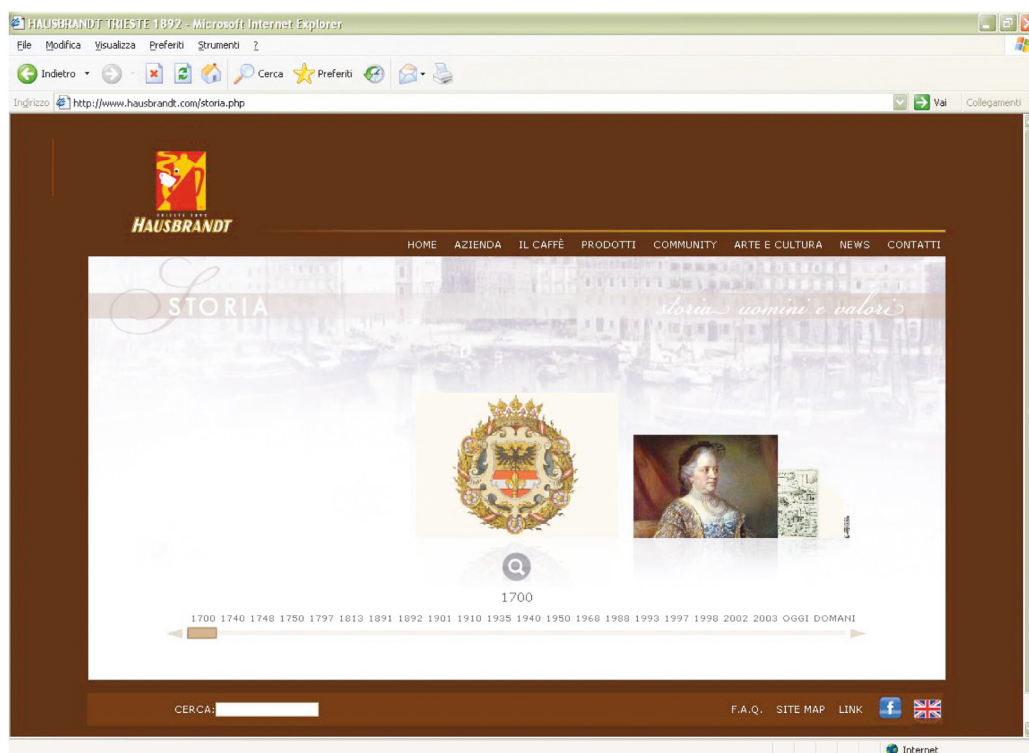
E', infatti, on-line il nuovo sito di Hausbrandt! Con una nuova veste grafica e arricchito con nuove informazioni, il sito supera il concetto della semplice vetrina di prodotti e diventa interprete del Web 2.0, creando una sinergia diretta ed immediata con i net surfers, sempre più protagonisti nei processi di comunicazione.

Nell'aprire una finestra all'interno di **Facebook**, il social network per antonomasia, il nuovo sito si fa scenario di un mondo condivisibile e palcoscenico per una platea di spettatori ed interpreti.

Condivide filmati, racconti ed esperienze, dialoga con il tempo e abbraccia gli sguardi dei navigatori; questo rende il sito adatto sia ad un pubblico adulto che più giovane, che utilizza in maniera sempre maggiore la rete per navigare.

Nella sezione "**Community**", infatti, gli utenti hanno la possibilità di inviare i propri racconti sul caffè e vederli pubblicati, ma anche di condividere foto e filmati grazie al collegamento con YouTube, il sito più popolare della rete. Una





Users can use the **Community** section to send in their coffee stories and have them published and also to share pictures and movie clips thanks to the link to You Tube, the most popular site on the web. It's a lively, animated section open to everyone created with support of all of those who want to participate and enrich it with their own creativity.

New Hausbrandt website

Philip Kotler's philosophy "You have to run faster to stay in the same place" truly represents Hausbrandt's attitude to continue exploring a world in continuous evolution that never stops.... the web!

Hausbrandt's new site is now online. New graphics and enriched new information have allowed the site to exceed the concept of a simple showcase of products and to interpret Web 2.0 by creating a direct, immediate synergy with web surfers who are increasingly becoming the protagonists in communication processes. By opening a page in **Facebook** - the social network par excellence - this new site becomes the background to a shareable world and sets the stage for an audience of spectators and voices.

It shares movie clips, stories and experiences, communicates with time and welcomes looks by surfers, making the site not only suitable for an adult audience, but also for younger individuals who increasingly surf the web.

This new site isn't just a virtual area, but a practical tool providing access to all the latest developments in the world of Hausbrandt and to directly interact with the company. Large sections with updated content, news, events, interesting oddities, advice and recipes complete the traditional sections dedicated to product history and novelties.

The enriched and always updated **Products** section contains technical information and useful in-depth analyses for industry operators and good coffee enthusiasts. The News section informs readers on initiatives and events that can't be missed. There is also a section on the company's History, brought to life and made interesting with historic pictures, advertising and events demonstrating the evolution of this historic brand enriched by valuable traditions that must be kept while moving towards the future.

Not only is it an indispensable reference point for customers, barmen and restaurant managers, but for all those who love drinking a quality Italian espresso.

The world of coffee is just a click away at **www.hausbrandt.com**.

La nuova immagine Hausbrandt



Nuova immagine ed uno stile più moderno ed avvincente per le tre miscele Top Hausbrandt. Assieme ad una concezione più elegante del colore: il blu per Gourmet, il rosso per Academia, il Giallo per H. Hausbrandt, si rafforza l'identità delle tre linee con uno stile personale e riconoscibile.

Un nuovo mondo fatto di sensazioni e di emozioni; di eleganza, evocata dal Blu, di passione dal Rosso, di storia, come solo il Giallo oro può sottolineare.

Il tutto racchiuso dalla simbologia della Rosa, un mix di romanticismo e di passione, come quella che ogni giorno Hausbrandt mette nella cura per proporre una tazzina di espresso al Top.

Atmosfere forti, esperienze sensoriali che "avvolgono" aroma e corpo. Un ritorno alla semplicità delle cose naturali, all'intensità di un attimo prezioso, come il piacere di una tazzina di caffè.

Hausbrandt's new image

Hausbrandt's top 3 blends have a new image and a more modern and charming style. Together, they have become a trendier concept of colour: blue for Gourmet, red for Academia and yellow for H. Hausbrandt strengthen the identity of these 3 lines with a personal and recognisable style.

This new world is made of feelings and emotions such as elegant blue, passionate red and history, as only golden yellow can underline.

It is all captured by the symbology of a rose, the combined romance and passion implemented everyday by Hausbrandt to propose the best cup of espresso ever.

Strong atmospheres and sensorial experiences envelop aroma and body. A return to the simplicity of natural things and to the intensity of a precious moment, like the pleasure in a cup of coffee.



La filiera produttiva del Caffè Hausbrandt



La coltivazione

Il caffè cresce nelle zone tropicali dove la temperatura media è tra i 18 e i 24°C

Grazie a questo clima costante, le fioriture avvengono a più riprese nell'arco dell'anno ma le piante diventano produttive dopo solo 4/5 anni e lo saranno per altri venti.

Da ogni fioritura alla piena maturazione del frutto passano circa sette mesi dopo i quali si passa alla raccolta. Esistono due sistemi di raccolta del caffè: il picking e lo stripping.

Il picking è un sistema manuale mentre lo stripping avviene tramite macchinari. E' da preferire il primo che, anche se molto più lungo e costoso, assicura un caffè di miglior qualità.

I Paesi produttori

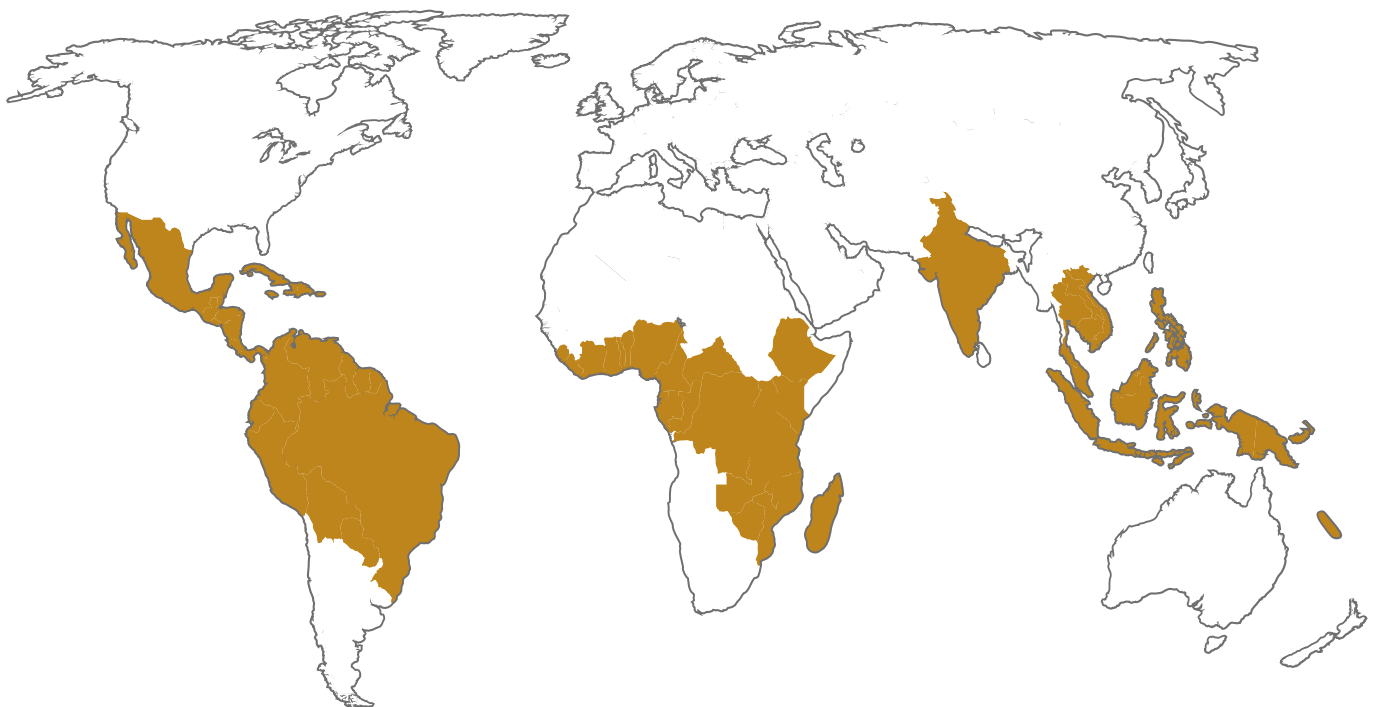
I principali Paesi produttori di caffè possono essere raggruppati in quattro zone geografiche: America Centrale e Caraibica, Sud America, Africa e Asia, con una produzione mondiale media di 91 milioni di sacchi l'anno (il peso medio di ogni sacco è di 60 kg).

La selezionatura

Una sempre maggiore produzione di caffè porta ad un'inevitabile abbassamento degli standard qualitativi. Nonostante il caffè sia uno dei prodotti più controllati è quasi impossibile eliminare alla fonte una certa quantità di chicchi difettosi in ogni partita. Gran parte delle aziende di torrefazione non dispone di strumenti idonei per valutare correttamente la qualità del caffè importato e accetta quindi a scatola chiusa.

Non è il caso di Hausbrandt, azienda torrefattrice evoluta e all'avanguardia che ha adottato sistemi di verifica, di controllo e cura della qualità.

Ancora prima di introdurre i chicchi nei silos si procede alla rimozione dei corpi estranei al caffè per ottenere un prodotto pulito ed omogeneo, si procede poi analizzando i chicchi con delle fotocellule che eliminano con un getto d'aria i chicchi immaturi, legnosi e fermentati che rovinano la miscela; a seguire infine il lavaggio e la spazzolatura dei Robusta che garantiscono una maggior pulizia in tazza.



La miscela



Oltre cento anni di storia danno ad un'azienda come Hausbrandt la certezza di essere detentrici di una profonda cultura del buon caffè. Il segreto di chi fa questo lavoro da generazioni sta nella capacità di rispettare un concetto guida semplice ed immutabile: vendere sempre una tazzina di espresso perfetta.

Questo è costantemente un risultato ed un obiettivo.

La pienezza del gusto, la fragranza dell'aroma, la rotondità del corpo si ottengono soltanto dall'equilibrata miscela di tipi diversi di caffè e dalla sapiente dosatura di differenti qualità di arabica che sono sempre e comunque in quantità predominante, con la giusta quantità dei migliori robusta.

La tostatura

Il caffè verde per diventare commestibile deve essere torrefatto. L'operazione consiste nell'introdurre i chicchi in una macchina composta da un cilindro rotante, riscaldato da una fonte di calore. Sono 15 minuti di fondamentale importanza che daranno al caffè sostanza ed aroma ottimali.

In questa fase il chicco perde il 20% di peso ed

acquista il 60% di volume. La quantità di caffeina rimane invece praticamente invariata.

La fase più delicata della tostatura è quella del raffreddamento; è necessaria infatti una rapida interruzione del calore (oltre 240°C) per evitare che i chicchi si carbonizzino.

Per questa operazione Hausbrandt utilizza moderne tecnologie computerizzate anche se il ruolo dell'uomo è assolutamente insostituibile perché solo l'esperienza può controllare che il livello di cottura e colore dei chicchi siano perfetti.

A questo punto la miscela è pronta per essere avviata prima ai silos dove il caffè deve riposare per almeno 6 ore e successivamente al confezionamento.

Adesso il compito di offrire una tazzina di espresso perfetta è affidato alla perizia del barista!

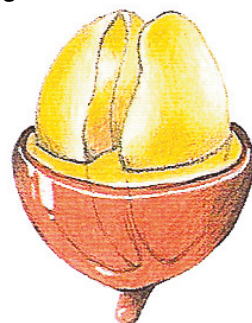
Hausbrandt's coffee production industry

Cultivation

Coffee grows in tropical areas where the average temperature ranges between 18-24°C.

Thanks to this constant climate, blossoming occurs several times throughout the year, but the plants only become productive after 4-5 years and continue for the next 20.

Approximately 7 months transpire from blossoming to the full maturation of the fruit, when it can be harvested. There are 2 ways to harvest coffee: picking and stripping. Picking is a manual system while stripping involves machinery. The first/ second is preferable even - if it does require more time and money - because it yields coffee of a better quality.



Coffee producing countries

The leading countries where coffee is produced can be grouped into 4 geographic areas: Central America and the Caribbean, South America, Africa and Asia. On average, approximately 91 million bags are produced worldwide (the average weight of each bag is 60 kg) each year.

Selection

Increased coffee production is leading to an inevitable decrease of the related quality standards. Although coffee is one of the most controlled products, it is almost impossible to eliminate a certain quantity of imperfect beans from the source in every batch. Most roasting companies don't have suitable tools to correctly assess the quality of the coffee imported and therefore accepts it sight unseen.

This is not the case at Hausbrandt - an evolved and cutting-edge roasting company that has implemented quality monitoring and control systems.

Before the beans are put into silos, foreign bodies are removed from the coffee to obtain a clean and homogeneous product. The beans are then analysed using photoelectric cells, which use blasts of air to eliminate any unripe, woody and



fermented beans that ruin the blend. Finally the Robusta beans are washed and cleaned resulting in a cleaner cup of coffee.

The blend

Over 100 years of history allow a company like Hausbrandt to possess a profound culture of good coffee. The secret of those who have been doing this job for generations is their ability to respect a simple and guiding concept that has remained unaltered over time: always sell a perfect cup of espresso.

This is constantly a result and a goal.

A bursting flavour, fragrant aroma and full body are only obtained with a balanced blend of different types of coffee and the skilful dosage of different qualities of Arabic coffee - whose quantities are always dominant – with the right quantity of the best Robusta coffee.

Roasting

For green coffee to become edible, it must be roasted. This operation involves placing beans in a machine with a heated rotating cylinder. These 15 minutes are of fundamental importance and will give the coffee substance and excellent aromas. During this phase, the bean loses 20% of its weight and becomes 60% larger. However, its quantity of caffeine remains practically unchanged.

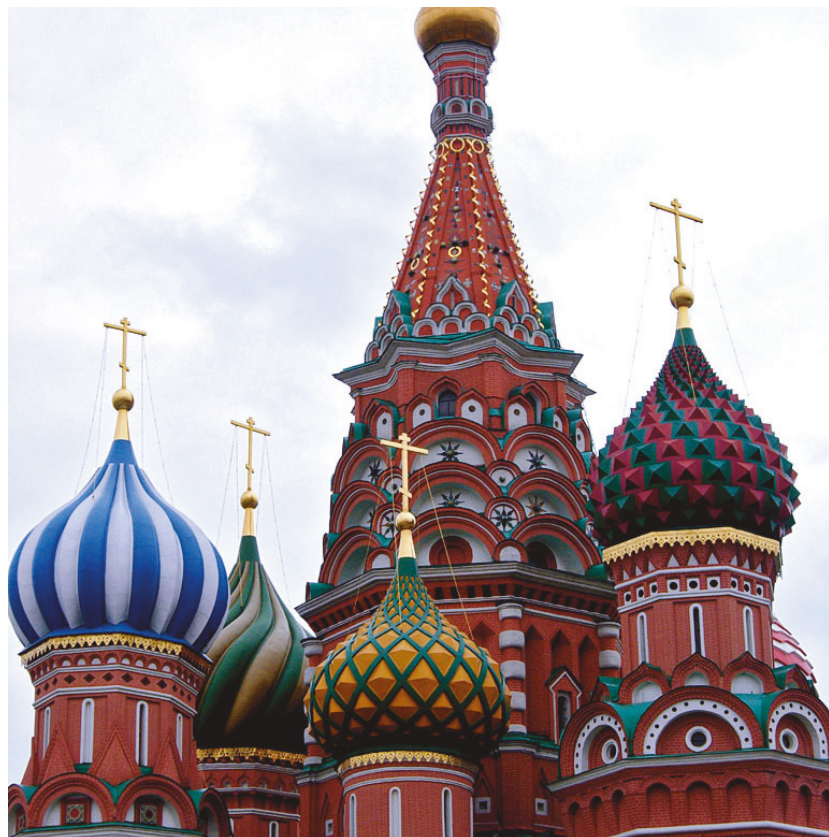
The most delicate phase of roasting is cooling. Heat (over 240°C) must be quickly interrupted to prevent the beans from burning.

Hausbrandt uses modern, computerised technology for this operation, although the role played by man is absolutely irreplaceable, because only experience can ensure roasting level and bean colour are perfect.

At this point, the blend is ready to be sent first to silos, where the coffee stands for at least 6 hours, and then to packaging.



Tradizione e qualità in trasferta a Mosca



Cremlino | Kremlin

I luoghi più rappresentativi di Mosca, i **magazzini GUM**, centro dello shopping di alta qualità, il **Teatro Bolshoj** simbolo della danza nel mondo e il **Cremlino** hanno un'esclusiva in comune: il caffè Hausbrandt.

I **magazzini GUM**, simbolo del boom economico della nuova Russia, sono oggi il luogo d'incontro più frequentato dai moscoviti e dai turisti dove i prodotti Hausbrandt fanno parte della la miglior selezione del Made in Italy, all'interno della più grande e specializzata gastronomia di Mosca. Hausbrandt sa trasmettere passione e competenza, anche sulla scena internazionale, raggiungendo sempre più ambiziosi traguardi dal Baltico al Mar Caspio, da Mosca al mar del Giappone.

In una vetrina personalizzata, le specialità Hausbrandt dal caffè in barattolo a quello in cialda, dai panettoni alle confezioni regalo per finire con thè e cioccolate stimolano l'interesse

e la golosità di un pubblico sempre più raffinato.

Lo stesso pubblico che nelle serate mondane e culturali si trasferisce al **Teatro Bolshoj**, per godere e apprezzare la bravura del corpo di ballo e delle sue étoile, massima espressione della danza classica da Giselle al Don Chisciotte.

Così come può apprezzare, durante l'intervallo, una buona tazzina di caffè Hausbrandt!

La soddisfazione per il successo ottenuto in questo grande paese ha spinto la proprietà e il management aziendale, verso la fine di gennaio, a trascorrere tre interessanti giornate a Mosca con una visita privata al **Cremlino**, per vedere le sale degli incontri ufficiali, dei pranzi e delle cerimonie del Presidente, dove ogni giorno viene servito il caffè Hausbrandt. Oggi la partnership commerciale con **Alef Coffee&Tea**, il distributore russo che, nel tempo e con grande professionalità,

ha saputo introdurre il Hausbrandt e portarlo in una posizione di leadership nel settore Ho.Re.Ca, si pone un importante obiettivo: maggiore visibilità e migliore percezione del marchio in tutto il paese, grazie alla professionalità e alla passione di chi giorno per giorno cerca di rendere ogni tazza di caffè Hausbrandt un momento di piacere unico e irripetibile.



Mosca, gennaio 2009. Da sin. | Moscow, January 2009. From left Fabrizio Zanetti (Hausbrandt), Olga (Retail Manager Alef), Elena Terzariol (Hausbrandt), Alberto Maguolo (Hausbrandt), Anna (Personal Assistant of President Alef)



Magazzini GUM | Gum Department Store

Italian tradition and quality brought to Moscow

Moscow's most emblematic and crucial places, the **GUM Department Store**, the centre of quality shopping, the **Bolshoi Theatre**, an international symbol of dance and the **Kremlin** have a common exclusive right: Hausbrandt coffee.

The **GUM Department Store** – the symbol of the economic boom in the new Russia – is the most popular meeting place for Muscovites and tourists. It is with great satisfaction that Hausbrandt products have been included in the best selection of Made in Italy products within one of the largest and most specialised delicatessens in Moscow. The brand from Trieste conveys passion and expertise, even on the international scene, and has reached increasingly ambitious goals from the Baltic to the Caspian Sea and from Moscow to the Sea of Japan.

A personalised showcase displays Hausbrandt specialities from canned coffee and coffee pods to panettoni, gift packages, tea and chocolate,

which stimulate the interest and gluttony of an increasingly sophisticated audience.

The same audience that during fashionable and cultural evenings goes to the **Bolshoi Theatre** to enjoy and cherish the ability of the corps de ballet and its stars in the maximum expression of ballet in performances such as Giselle and Don Quixote.

The same audience can enjoy a good cup of Hausbrandt coffee during the interval!

The satisfaction due to the success obtained in this great country led ownership and corporate management to spend 3 interesting days in Moscow, which also included a private tour of the **Kremlin** and a visit of the President's official meeting halls, dining rooms and ceremonial halls where Hausbrandt coffee is served everyday.

The current partnership with **Alef Coffee&Tea** (the Russian distributor that over time and very

professional has introduced the brand from Trieste and made it a leader in the hotel, restaurant and catering industry) has set itself an important target: To increase brand visibility and perception nation-wide, thanks to the professionalism and passion of those who try to make every cup of Hausbrandt coffee a unique and unrepeatable pleasurable moment everyday.



Teatro Bolshoi | Bolshoi Theatre

Al Museo Guggenheim



Ph: Andrea Sarti/CAST1466

La partnership con il Guggenheim Intrapresae segna un ulteriore legame tra Martino Zanetti e il mondo dell'immagine e dell'arte.

Da anni HTS 1892 S.p.A. è vicina alle iniziative Peggy Guggenheim Collection, una partnership senz'altro in sintonia con la tradizione dell'azienda, legata alla cultura della qualità e alle sue più significative manifestazioni - e con la sua filosofia, tesa a promuovere, accanto alla cultura, anche l'arte dell'accoglienza e il buon gusto dell'ospitalità e della convivialità.

Due le proposte da non perdere:

TEMI & VARIAZIONI DALLA GRAFIA ALL'AZZERAMENTO

21 marzo – 17 maggio 2009

L'esposizione abbraccia un arco temporale che dall'inizio del XX secolo accompagna attraverso le avanguardie del secondo dopo guerra fino ad arrivare alla contemporaneità. La mostra esplora le variazioni del segno come codice, riferimento, alfabeto ed espressione, approdando all'azzeramento: il monocromo, l'apparente vuoto. Ad interpretare questo grado zero della pittura è stato invitato l'artista britannico Jason Martin.

ROBERT RAUSCHENBERG: GLUTS

30 maggio – 20 settembre 2009

Presentazione di circa 40 sculture provenienti da istituzioni e collezioni private americane e non solo. Rauschemberg concentra il proprio interesse artistico sull'esplorazione delle proprietà visive del metallo. Assemblando oggetti vari, soprattutto materiali di scarto, l'artista texano crea altorilievi e sculture che ricordano i suoi primi Combines. Nasce così la serie di Gluts, lavori scultorei che vanno dal 1986 al 1995.
www.guggenheim-venice.it

The partnership with the Guggenheim Intrapresae highlights another tie between Martino Zanetti and the world of image and art.

For years, HTS 1892 S.p.A. has been close to the initiatives by the Peggy Guggenheim Collection, certainly a partnership in tune with the company's tradition tied to the culture of quality and its most significant events and in addition to culture, its philosophy to promote the art of reception and the good taste of hospitality and conviviality.

There are 2 events that cannot be missed:

THEMES & VARIATIONS FROM WRITING TO ZERO-SETTING

21 MARCH – 17 MAY 2009

The exhibit embraces a period of time starting at the beginning of the 20th century and continues through cutting-edge post WWII to contemporaneity. It explores variations of the sign used in codes, references, alphabets and expressions to reach zero-setting: monochrome, an apparent void. British artist Jason Martin was invited to interpret this level-zero of painting.

ROBERT RAUSCHENBERG: GLUTS

30 May – 20 September 2009

*A presentation of approximately 40 sculptures from American (and non-American) institutes and private collections. Rauschemberg focuses his artistic interest on exploring the visual properties of metal. By putting together various objects - especially discarded materials - this Texan artist creates high reliefs and sculptures reminiscent of his first Combines. This is how the Gluts series came to be: sculptural works from 1986-1995.
www.guggenheim-venice.it*

SAM MOKA



Quindici anni di successi in Costa Azzurra (Anniversary 1994 - 2009)

Durante il mese di Gennaio del prossimo anno l'azienda festeggerà un importante anniversario. Era il 1994 quando Martino Zanetti decise di far meglio conoscere i prodotti di Hausbrandt Trieste 1892 S.p.A. al di fuori dei confini del Bel Paese. Mercati di riferimento erano già quelli dell'Est Europa, dove l'azienda esporta fin dagli esordi. Bisognava perciò allargare la visibilità del brand verso ovest. Soluzione naturale al problema è stata l'acquisizione della prima sede operativa estera, nel cuore del Principato di Monaco, adatta a diffondere la cultura ed il consumo del miglior Caffè Espresso Italiano in tutta la Costa Azzurra. In breve tempo i più prestigiosi hotel, ristoranti e club tra Cannes e Saint Tropez sono diventati clienti dell'azienda di Martino Zanetti, trasformandosi in un portentoso veicolo per tutto il territorio Francese, e non solo.

Oggi l'azienda opera in un elegante e funzionale edificio in Place D'Armes, disponendo di tre piani tra uffici e magazzini, per un totale di 450 mq. Da questa sede sono state coordinate le attività commerciali che, a distanza di quindici anni, garantiscono la presenza del brand "Caffè Hausbrandt" in tutta la Francia, e che hanno visto l'azienda protagonista come partner ufficiale nel Campionato Mondiale Offshore e in altri grandi eventi internazionali.



15 successful years on the Cote d'Azur (Anniversary 1994 - 2009)

The company will celebrate an important anniversary next year in January. It was 1994 when Martino Zanetti decided to make Hausbrandt di Trieste 1892 S.p.A. products well-known beyond the Italian borders.

The reference markets were already Eastern Europe, where the company had been exporting from the beginning. But the brand's visibility had to be extended Westwards. A natural solution to the problem was the acquisition of the first foreign operations office in the heart of the Principality of Monaco, which was appropriate for spreading the culture and consumption of the best Italian espresso on the entire Cote d'Azur. In just a short period of time, the most prestigious hotels, restaurants and clubs from Cannes to Saint Tropez became customers of Martino Zanetti's company and a wonderful advertising vehicle for all of France and abroad.

Today the company is operating from an elegant and functional building in Place D'Armes, with 3 storeys for offices and warehouses covering a total of 450 m2. This office has coordinated sales activities, which over a period of 15 years, have placed the brand "Caffè Hausbrandt" throughout France and have seen it become a protagonist as the official partner of the International Offshore Championship and other great International events.



Dal 1892 siamo al servizio della Qualità per offrirvi il piacere dell'Espresso perfetto.