

industria di torrefazione

Caffè Moak S.p.A.

97015 Modica (RG), Italy
Viale delle Industrie
tel. +39 0932 904755
fax +39 0932 904001
info@caffemoak.com
www.caffemoak.com

Responsabili

Giovanni Spadola
Presidente e fondatore

Alessandro Spadola
Direttore Generale

Annalisa Spadola
Direttore Marketing

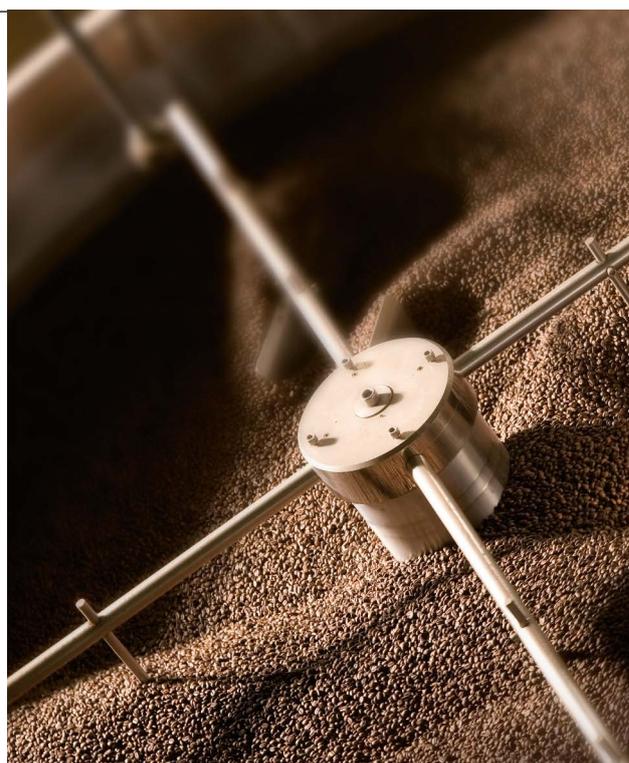
Giuseppe Ventura
Direttore Vendite

Giuseppe Strazzanti
Direttore Finanziario



storia

Nata nel 1967, Caffè Moak opera nel settore della torrefazione e distribuzione del caffè. A quasi cinquant'anni di attività oggi l'azienda è presente in molti Paesi, ma il suo legame con il territorio è primordiale. La città di Modica, dove fu fondata Moak, ha fatto parte nella sua storia millenaria delle più grandi civiltà: Motyca per i greci, Motuca per i romani, Mohac per gli arabi. E proprio agli arabi, scopritori e grandi consumatori di caffè, ci si volle richiamare quando Giovanni Spadola diede vita ad una nuova realtà imprenditoriale. In pochi anni Caffè Moak raggiunge importanti traguardi, con una significativa espansione prima sul territorio italiano, poi all'estero, conquistando i mercati dei cinque continenti. Un successo ottenuto grazie ai nuovi progetti di modernizzazione che l'azienda ha avviato sia nel settore produttivo che gestionale, oltre all'attenzione e alla cura dell'immagine, che rappresenta un punto di forza del brand. Ciò che però ha reso Moak un marchio di qualità "made in Italy" è la accurata selezione dei caffè, tra i più ricercati al mondo e il sistema della tostatura singola, un procedimento che permette di rispettare le caratteristiche organolettiche di ogni singolo chicco e di offrire ai propri clienti il piacere di un vero espresso italiano, al bar, a casa o in ufficio.



sintesi

1967 La passione per il caffè spinge Giovanni Spadola ad aprire una piccola torrefazione, Caffè Moak, a Modica Alta (la parte antica della città) presso i locali situati sotto la casa natale. Utilizza una tostatrice Petroncini da 15 Kg e lo affianca un collaboratore.

1971 L'azienda cambia sede, ampliando i locali da 50 a 100 mq, ma rimanendo sempre nella zona di Modica Alta. A seguito dell'aumento degli ordini, acquista una tostatrice Petroncini da 30 Kg e poi il modello da 120 Kg.

1978 Iniziano le importazioni dirette delle migliori qualità di caffè da Africa, India e America meridionale.

1979 Grazie alla continua crescita, Giovanni Spadola decide di costruire una nuova sede in via Resistenza Partigiana. Uffici, produzione e magazzino occupano una superficie di 500 mq. La produzione aumenta e Moak assume 10 collaboratori.

1980 Nel reparto produzione viene introdotta una Petroncini da 240 Kg.

1990 Rinnovo totale dei macchinari, grazie al quale l'azienda può soddisfare il costante ed esponenziale aumento di produzione. Contemporaneamente, la sede è ampliata e la sua superficie raggiunge i 2500 mq.

1994 La seconda generazione Spadola entra in azienda: Alessandro traghetta Moak verso l'espansione sul territorio italiano e all'estero, in tutti e cinque i continenti.

1996 Due anni dopo anche Annalisa Spadola entra a far parte di Caffè Moak col ruolo di Responsabile Marketing & Comunicazione. Il marchio viene sottoposto ad un restyling che ne definisce i tratti, ancora oggi distintivi dell'azienda, come i colori bianco, rosso e nero. Nello stesso anno viene presentato il sito web aziendale, che offre news e curiosità sul chicco più famoso al mondo.

1997 Moak lancia il suo primo calendario. Il primo di una lunga serie, caratterizzata ora dall'ironia, ora da significati profondi che trasformano uno strumento di comunicazione in un vero e proprio appuntamento annuale atteso da tutti.

1999 Per offrire un servizio sempre più completo ai propri clienti, Moak apre la divisione Espresso. In questo nuovo marchio, prende corpo l'esperienza acquisita in oltre 30 anni di attività per sviluppare una linea di macchine espresso in grado di offrire sempre alti standard, sia per il prodotto erogato sia per la facilità nell'utilizzo e nella manutenzione.

2000 Moak ottiene la certificazione ISO 9001, che attesta gli standard qualitativi dell'azienda.

2001 Grazie al sistema di gestione ambientale, Moak ottiene il riconoscimento della certificazione ISO14001. Inoltre, viene aperta una filiale a Milano per meglio gestire le crescenti attività di export.

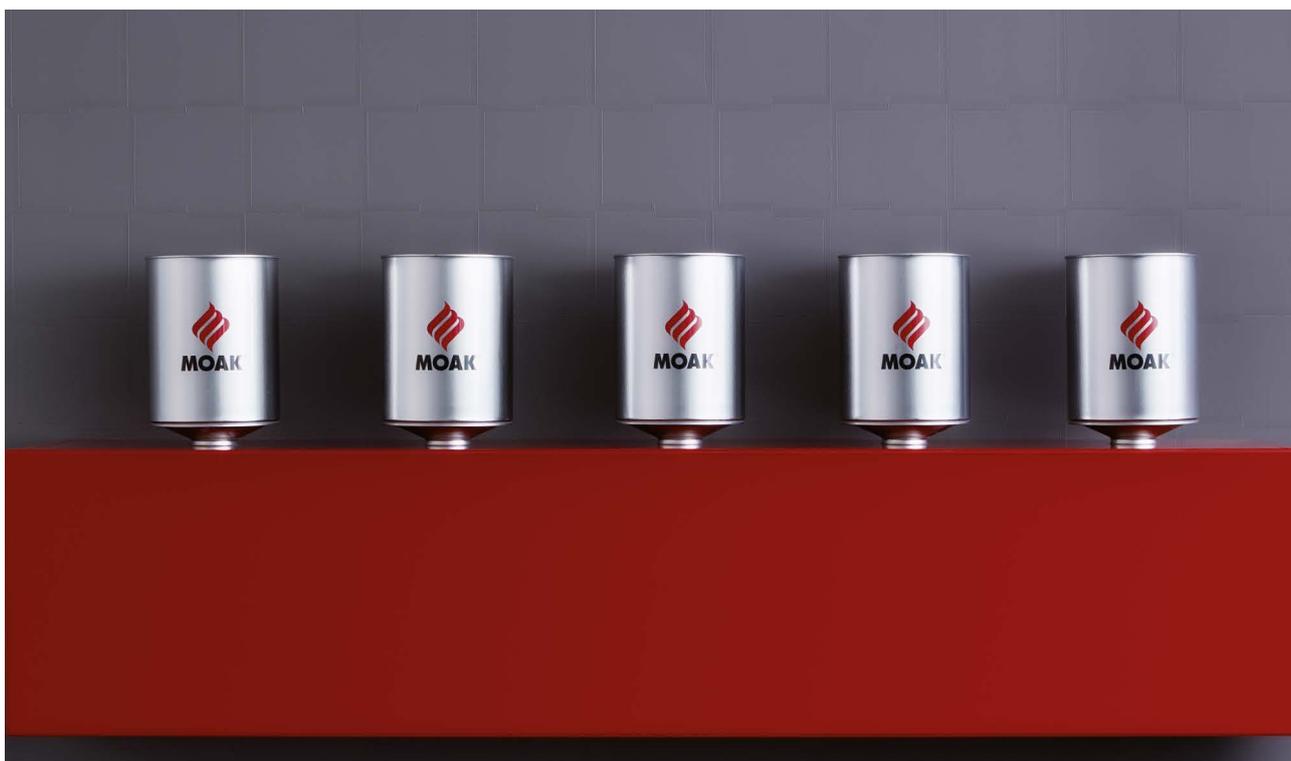
2002 Moak promuove un concorso di narrativa, Caffè Letterario Moak. Un appuntamento annuale per giovani talenti e scrittori affermati, ispirati dall'amata bevanda nera.

2005 Moak acquista l'azienda marsalese Americaff e rafforza la sua posizione nel canale GDO. L'azienda diventa una S.p.A.

2006 Dopo il successo di Caffè Letterario Moak, l'azienda lancia Corto Moak, un concorso internazionale di cortometraggi per giovani registi italiani e stranieri. Quello stesso anno, Moak conquista la Cina. A Pechino viene inaugurato 'Moak Corner', la prima caffetteria sul territorio cinese. L'azienda, già presente a Taiwan e Taipei, contribuirà a diffondere la cultura del vero espresso italiano nei mercati asiatici.

2009 Moak si affida a Bob Noorda per il restyling del marchio. Il nuovo logo e l'immagine aziendale, realizzati dal grande designer olandese, mantengono una continuità e i tratti distintivi con cui l'azienda ha fatto conoscere il culto del vero caffè espresso in tutto il mondo.

2010 Moak inaugura la nuova sede, un complesso architettonico di 3200 mq distribuito su due piani per l'area amministrativa e 5500 mq destinati alla produzione, con un organico di 90 unità.



sintesi

Nello stesso anno Moak presenta la nuova tazzina, progettata da for[me]moak, che identifica il nuovo brand. È un anno significativo: l'azienda ottiene la certificazione Fairtrade, il marchio di garanzia del Commercio Equo e Solidale e quella di produzione di caffè biologico, riconosciuta da Ecograppo Italia. Il successo di Caffè Moak in Italia e nel mondo e quello del suo fondatore, Giovanni Spadola, viene riconosciuto anche da "Capital30", il libro d'oro dell'imprenditoria italiana, che premia novanta imprenditori che hanno segnato il successo del made in Italy.

2011 Moak conquista nuovi mercati. L'azienda entra negli Stati Uniti e incrementa la sua presenza in Asia. Il marchio Moak entra nella catena di hotel di lusso Shangri-La conquistando il mercato delle isole Filippine. Nello stesso anno Moak diventa partner di Aiap (Associazione italiana design della comunicazione visiva). Una partnership che proietta Moak in nuove sinergie imprenditoriali.

2012 Cresce l'interesse del brand Moak all'estero. L'azienda conquista anche gli Emirati Arabi, con una nuova rete distributiva. L'attenzione al design e all'eco-sostenibilità premiano ancora una volta Caffè Moak, che ottiene il riconoscimento da Christmust, la famosa monografia patrocinata dal Ministero degli Affari Esteri, come una tra le 100 aziende italiane più attente all'innovazione e al rispetto per l'ambiente. Lo dimostrano i nuovi progetti Paper ball e Sugar[not]Free. Il primo è il packaging amico dell'ambiente e del design sostenibile: la scatola delle cialde si trasforma in sfere per decorare. Il secondo, invece, ha come protagonista le bustine da zucchero, disegnate dal designer Dario Quatrini, che illustrano un piccolo e breve racconto delle principali fasi del caffè, dalla lavorazione alla degustazione.

2013 Da Spa Moak diventa una Holding, acquisendo nuove spin off. Lo stesso anno ottiene la certificazione kosher, che attesta che il caffè è conforme alle particolari regole alimentari

ebraiche. L'azienda investe anche nell'energia rinnovabile, installando l'impianto fotovoltaico, in grado di produrre ogni anno circa 530.000 kWh. L'attenzione al design viene riconosciuta anche da ADI (Associazione Design Industriale), l'ente che ha istituito il "Compasso d'Oro", il più autorevole premio mondiale di design, di cui Moak diventa partner.

2014 L'azienda ottiene le certificazioni ISO 22000 /BRC / IFS, che attestano la conformità del sistema di gestione qualità aziendale ai più stringenti standard al mondo in materia di sicurezza alimentare. Si evolve anche il progetto Cultura: Moak lancia la prima edizione di Fuori Fuoco, un contest internazionale di fotografia che affiancherà l'ormai storico concorso Caffè Letterario Moak. Lo stesso anno Moak presenta il nuovo marchio e corporate identity di Marsali, la torrefazione marsalese acquisita dal gruppo Moak Holding.

2015 Moak lancia "mymusic coffee", la nuova linea serving di capsule e cialde. Con il nuovo progetto l'azienda promuove una nuova forma d'arte: la musica.

Alcuni numeri

- **1.000** tonnellate di caffè sostano quotidianamente in Moak
- **70 tonnellate** al giorno (24 milioni di kg l'anno) di capacità produttiva
- **24 silos di stoccaggio** caffè verde per complessive 1.200 tonnellate
- **3 tostatrici** da 300 kg
- **4 batterie di silos** di degasazione per un totale di 80 tonnellate
- **2 miscelatori** da 300 kg
- **8 linee** di confezionamento per una capacità produttiva di circa 7 tonnellate l'ora
- **8400 cialde** all'ora
- **12.000 capsule** all'ora
- **6000 clienti** settore horeca

