

LA SAN MARCO

# Coffee Break

WORLD NEWS

**LA SAN MARCO  
PRESENTA  
IL MODELLO D.,  
LA MACCHINA  
DEL CENTENARIO.  
LA SAN MARCO  
PRESENTS MODEL D.,  
THE COFFEE MACHINE  
MARKING ITS  
CENTENNIAL.**



PAG. 6/7

## INTERVISTA

**Mario Vicentini,  
Direttore Comunicaffè,  
intervista Roberto Nocera.**

*Comunicaffè Editor-in-  
chief Mario Vicentini  
interviews Roberto Nocera.*



PAG. 04

## MOSTRA SPAZZAPAN

**“Cent’anni di design per il  
caffè”: le più belle macchine  
La San Marco in mostra a  
Gradisca d’Isonzo.**

*“A hundred years of coffee  
design”: the most beautiful La  
San Marco coffee machines on  
exhibit in Gradisca d’Isonzo.*



PAG. 12

## CAFFÈ STORICI

**Gran Caffè Gambrinus e Caffè  
Pedrocchi: La San Marco nei  
locali storici d’Italia.**

*Gran Caffè Gambrinus and  
Caffè Pedrocchi: La San Marco  
in Italy’s historic cafés.*



PAG. 13

# LOVE ME, BARTENDER!



La San Marco celebrates with  its first 100 years of history.

An object of desire for those who love the art of coffee and who are won over by pioneering technology. Clean design, flowing, automotive-inspired lines and attention to detail. Customisable pressure profiles and temperature settings for perfectly calibrated extraction, just like lever machines. Form and function, beauty and performance coming together in an innovative machine that offers the world's best baristas the pleasure and challenge of driving – a machine with the power to give unique sensory experiences. More than a new model, the new benchmark.

**D. collection. Form and function in perfect harmony.**

100<sup>SM</sup>  
ANNIVERSARY

lasanmarcospa

lasanmarco\_official

lasanmarco.com

**SM**

# UN 2021 DI GRANDI NOVITÀ 2021 BRINGS PLENTY OF NEWS



**Carissimi Partner,  
desidero anzitutto ringraziarvi  
per i cordiali rapporti  
intrattenuti in questo  
mio primo anno presso  
la grande famiglia La San Marco.**

Sono stati dodici mesi difficili per le nostre vite e in particolare per il settore HoReCa, ma confidiamo nel miglioramento della situazione sanitaria per far tornare presto alla vita attiva anche i gestori dei locali, assieme agli utenti. La San Marco ha fatto tesoro del periodo di rallentamento economico per proseguire l'aggiornamento della gamma di prodotto. Il momento più entusiasmante è stato il 21.1.21 col lancio della collezione "D.", celebrativa del centenario della nostra gloriosa azienda, a seguito del quale gli ordini sono stati così copiosi da costringerci ad attivare forniture e risorse produttive supplementari. Anche nel settore delle macchine superautomatiche annoveriamo da quest'anno nuovi prodotti molto interessanti per rapporto prestazioni/prezzo, per meglio servire il crescente settore del self-service. Non vi sveliamo tutti gli altri progetti in sviluppo, anticipiamo solo che ad importanti innovazioni nelle macchine da caffè si affianca l'aggiornamento dei macinadosatori e delle macchine a capsule, con interessantissime novità funzionali oltre che estetiche. Abbiamo inoltre implementato nuove risorse per la formazione tecnica dei nostri partner installatori e manutentori, sia in presenza che in remoto, grazie a una nuova sala addestramento multimediale, corredata di tutte le tipologie di macchine e macinadosatori. In area produttiva abbiamo completato l'avviamento dell'isola di produzione di caldaie in acciaio inox, sempre più richieste dalle normative internazionali, che affianchiamo alle tradizionali caldaie in rame. La sempre più forte presenza di La San Marco come fornitore di macchine di pregio è confermata dalla recente scelta fatta da un famosissimo locale storico, il Caffè Pedrocchi di Padova, che segue la tradizione napoletana del Gran Caffè Gambrinus. Per la sezione dedicata ai partner che hanno contribuito al nostro successo presentiamo in questo numero Sanmac France, con un'intervista al titolare Jean-Philippe Grabli, che segue il percorso tracciato dagli zii, importatori La San Marco nel secolo scorso. Siamo certi che troverete di grande interesse la mostra dedicata alle nostre macchine storiche dalla città di Gradisca d'Isonzo, che ci ospita dal 1983, finalmente aperta a maggio dopo vari rinvii. Tramite virtual tour, disponibile online gratuitamente, possiamo condividere questo evento culturale anche con chi non potrà prendervi parte di persona. Per quanto riguarda la partecipazione ad eventi fieristici abbiamo aderito in gennaio al SIGEP di Rimini, in modalità virtuale; ci concentriamo ora sulla prossima importantissima esposizione in presenza, HOST, che si terrà a Milano in ottobre e sarà trattata in dettaglio nel prossimo numero del Coffee Break. Vi ringrazio ancora per la fedele appartenenza alla nostra squadra e vi estendo i migliori auguri per una ripresa vigorosa delle attività.

**Dear Partners,  
First of all, I wish to thank you  
for your cordiality  
during my first year with  
the great La San Marco  
family.**

These past twelve months have been particularly difficult ones in our lives and in the hotel and restaurant business in particular, but we are confident that things are now looking up for the industry and its customers. La San Marco has taken advantage of this time of slower sales to continue updating its product range. The most exciting event of the year was definitely the launch of the "D." collection on January 21, 2021 to celebrate our glorious company's centennial. And after the launch, we received so many orders we had to draw on additional suppliers and productive resources! We also introduced new super-automatic machines this year offering a very interesting price to performance ratio, to better serve the growing self-service industry. We won't tell you about all the other projects we are working on yet, but only reveal that a number of important innovations in coffee machines will be flanked by an update of our doser-grinders and capsule coffee machines, offering intriguing new functions and styling. We've also implemented new resources for technical training of our installers and maintenance partners, both in person and in remote mode, with a new multimedia training room fully equipped with samples of all our coffee machines and grinders-doser. In production, we completed the start-up of a workcell for production of stainless steel boilers, increasing in demand under today's international standards and now available alongside our traditional copper boilers. La San Marco's growing importance as a supplier of prestigious machines is confirmed by the recent choice of its machines on the part of a very famous historic café, Caffè Pedrocchi in Padua, following in the tradition of Gran Caffè Gambrinus of Naples. In the section focusing on partners who have contributed to our success, in this issue we present Sanmac France, interviewing proprietor Jean-Philippe Grabli, who follows in the footsteps of his uncles, La San Marco importers in the last century. And we're sure you'll be interested in the exhibition of our historic coffee machines currently open in the town of Gradisca d'Isonzo, where we have worked since 1983, which finally opened in May after being postponed several times. A free on-line virtual tour allows us to share this cultural event even with those who are unable to attend in person. As for participation in trade fairs, in January we virtually attended SIGEP in Rimini, and we are now concentrating on preparing for a very important upcoming physical trade fair, HOST, coming up in Milan in October. We will take a closer look at this event in the next issue of Coffee Break. Thank you for being an active member of our team, and I wish you all the best in your work as we all get started again!

**Dante Monastero**

Sales & Marketing Director La San Marco S.p.A.

# COMUNICAFFÈ INTERVISTA ROBERTO NOCERA

## COMUNICAFFÈ INTERVIEWS ROBERTO NOCERA

Storia, tecnologia e design nell'intervista all'AD La San Marco, firmata da Mario Vicentini, Direttore Comunicaffè.  
*History, technology and design are the topics addressed in an interview with the La San Marco CEO conducted by Mario Vicentini, Editor-in-chief of Comunicaffè.*



**“Trasformare l’innovazione tecnologica ed estetica in valore percepito dai clienti.”**

*“Transforming technological and aesthetic innovation into value perceived by customers.”*

**Ingegnere Roberto Nocera, cominciamo dalla vostra nuova macchina, “D.”. Una macchina che soltanto qualcuno ha visto da vicino. Come si vende una macchina nuova che non ha toccato ancora nessuno?**

“Trasformare l’innovazione tecnologica ed estetica in valore percepito dai clienti è uno degli obiettivi della buona e sana comunicazione. Riuscire a raggiungere questo traguardo veicolando le informazioni solo da remoto dimostra che siamo bravi non solo a fare le più belle macchine da caffè del mondo, ma anche che sappiamo comunicarlo egregiamente. Con nostra grande soddisfazione, infatti, pur nella incertezza economica con la quale gli imprenditori della ristorazione si trovano a fare i conti quotidianamente, gli ordini delle macchine della collezione D. arrivano in azienda ogni giorno a partire dal giorno della sua presentazione digitale, il 21.1.21”.

**D. Collection; vuole dire che i primi 3 modelli sono l’inizio di una serie?**

“Non esattamente, ho usato l’espressione collezione D. come accezione nobile e preziosa del termine serie. La collezione D., infatti, pur in un’unicità di linguaggio estetico, si presenta in diverse configurazioni tecniche che si differenziano tra loro per i sistemi di controllo delle funzioni che determinano la qualità dell’estrazione. In questo modo ogni cliente potrà trovare nel carnet D. la sua preferita. Volendo entrare nel dettaglio all’interno della collezione troviamo la versione C, equipaggiata con la classica tecnologia mono-caldaia e scambiatori, la versione MB, multi boiler con l’esclusiva funzione temperature profiling, ed infine la versione MBV una multiboiler con le funzioni di temperature profiling e pressure profiling per adattare al meglio la fisica dell’estrazione alle diverse miscele o mono-origini e, naturalmente, alle diverse sensibilità presenti in ogni angolo del mondo”.

**Questo gioco sulle pressioni deriva dal vostro grande amore per la leva; voi siete degli specialisti...**

“Corretto, siamo riconosciuti a livello mondiale come leader tra i produttori di macchine a LEVA. Consci della nostra forza in questa tecnologia abbiamo voluto mettere a profitto le nostre conoscenze in tema di relazioni tra profili di pressione e qualità “in tazza” del caffè, realizzando una straordinaria macchina automatica che segnasse, in modo indelebile, un traguardo molto importante, il nostro centenario”.

**La D. è una macchina nuova che più che al passato fa pensare al futuro; eppure, tutta questa elettronica non lascia spazio alla leva che è la vostra specialità. Ma nel modello più evoluto della gamma D. la leva, sia pure elettronica, l’avete piazzata. C’è il barista nascosto.**

“Vero, nel modello MBV della collezione la meccanica a LEVA è nascosta all’interno di una fine elettronica, essa consentirà a coloro che sono abituati a premere un pulsante per bere un caffè di poter finalmente assaggiare e offrire ai propri clienti un caffè all’altezza di una LEVA, continuando a premere un semplice pulsante. Nella sua battuta c’è una grande verità, il barista a LEVA è nascosto all’interno della macchina, trasformato da uomo ad androide”.

**Engineer Roberto Nocera, let’s start by talking about your new machine, “D.”. Now very few people have seen this machine close-up. How can you sell a new machine that nobody has ever seen?**

“Transforming technological and aesthetic innovation into value perceived by customers is one of the goals of good, healthy communication. Managing to achieve this goal even when information can only be provided in remote mode demonstrates our talent, not only for making the world’s most beautiful coffee machines, but for publicising them successfully! Moreover, despite the economic uncertainty hotel and restaurant operators continue to face every day, we are happy to report that orders for the machines in the D. collection have been coming in every day since it was digitally unveiled on January 21, 2021”.

**You talk about the D. Collection; now does that mean the first three models are only the first in a series?**

“Not exactly. I used the expression D. collection as a noble version of the word series. The D. collection, despite its unified aesthetic qualities, is available in a variety of technical configurations, which differ in terms of the systems for controlling the functions that determine the quality of extraction. In this way, every customer can find his or her own favourite version of D. In greater detail, the collection includes version C, equipped with classic single-boiler technology and exchangers, version MB, a multiboiler machine offering an exclusive temperature profiling function, and, lastly, version MBV, a multiboiler machine with temperature profiling and pressure profiling functions to adapt the physics of coffee extraction to different blends and single-origin coffees and, of course, to different tastes in different parts of the world”.

**This use of pressure is a result of your great love for lever; you really are specialists in this...**

“That’s right, we are the acknowledged world leader in production of LEVER coffee machines. Aware of our leadership in this technology, we decided to take advantage of our knowledge of the correlation of pressure profiles and quality “in the cup”, producing an extraordinary automatic machine indelibly marking a very important milestone, our centennial”.

**The D. is a new machine that is all about the future, rather than the past; but with all these electronics, there is no room for the lever, which is your speciality. The top model in the D. range does have a lever, however - an electronic one. It has a hidden barista inside!**

“It’s true, in the MBV model in the collection, the LEVER mechanics are hidden behind advanced electronics, allowing people who are used to pressing a button to get a cup of coffee to finally be able to enjoy, and offer their customers, a cup of espresso made with a LEVER, while still pressing a button as they are used to doing. What you say is true: the barista with the LEVER is hidden inside the machine, converted into an android!”



**D. è un oggetto del progresso che si avvicina ai bisogni dell'uomo e ne semplifica la vita.**

*D. is an example of the progress that responds to people's needs and simplifies their lives.*



**Tra le tante caratteristiche della D. quale ci può indicare come la più rivoluzionaria?**

"La D. è un esempio concreto della funzione della bellezza. La bellezza, senza dubbio non fa rivoluzioni. Ma viene un giorno in cui le rivoluzioni estetiche hanno bisogno della bellezza. La bellezza è, in senso lato, uno stato di completezza e di ineccepibilità, e questo stato lo si percepisce al primo sguardo. D. è un oggetto del progresso che si avvicina ai bisogni dell'uomo e ne semplifica la vita, ma al di là della tecnologia è la sua unicità, l'armonia delle sue forme e delle proporzioni che hanno colpito al cuore i tanti appassionati".

**Con questa D. siete riusciti a mettere in una macchina del caffè tutto quello che serve o c'è ancora margine di miglioramento?**

"Sono la passione e la curiosità a guidare i miglioramenti. E quindi in casa La San Marco ci saranno sempre margini di miglioramento, questa è una gioia e una gran fortuna per noi! Abbiamo detto delle tecnologie, della bellezza delle D., ma certamente non è il caso di dimenticare di dire del lavoro fatto in ottica di risparmio energetico. Con il progetto D., infatti, abbiamo sviluppato ancora in maniera più spinta la riflessione sull'utilizzo razionale delle sorgenti energetiche non rinnovabili. Gli sforzi progettuali compiuti in tal senso hanno consentito una riduzione del consumo di oltre il 30% rispetto ai valori di consumo caratteristici delle macchine del decennio scorso. Vale la pena poi sottolineare che, oltre all'utilizzo di un codice PID, ottimizzato dal nostro dipartimento R&D per consentire un controllo perfetto dell'alimentazione della resistenza elettrica in caldaia, nella nostra macchina del centenario anche il motore è diventato elemento importante di recupero energetico. Infatti, attraverso un apposito circuito di ricircolo messo a punto sempre in azienda, il calore prodotto per effetto Joule dal motore, nel corso del suo funzionamento, viene trasformato in energia termica per preriscaldare l'acqua in ingresso in caldaia, facendo, di conseguenza, lavorare meno le resistenze".

**Che cosa farà La San Marco nei prossimi 100 anni?**

"Andiamo incontro al nostro secondo secolo di storia consapevoli che il futuro va tessuto con i fili della memoria, perché nessuna delle nostre azioni è priva di conseguenze, nel privato, nella società, nelle aziende. Attenzione alla qualità, all'affidabilità, all'innovazione e alla tutela del valore nel tempo dei nostri prodotti continueranno ad essere stelle guida nella gestione della nostra azienda. Sono fermamente convinto dell'importanza del processo di integrazione fra "l'arte di fare prodotti" e "l'arte di fare le persone" quale elemento fondamentale per una innovativa rivoluzione industriale. Il nostro secondo secolo di storia ci vedrà impegnati anche su questo fronte. Dal punto di vista della responsabilità d'impresa siamo consapevoli poi di appartenere a un'organizzazione, conosciuta e stimata a livello internazionale, che ci impegniamo a rappresentare attraverso un comportamento esemplare, volto al rispetto dell'uomo e dell'ambiente, alla correttezza e all'etica. Letica, disciplina poco o per niente praticata da molti. Ma cosa le sembra il progresso senza un'etica che lo guidi? Forse solo una sfrenata corsa nella giungla della prevaricazione dei diritti del singolo, della società, dell'ambiente e delle aziende che porterebbe alla fine della nostra civiltà e dell'umanità. Ritornando e concludendo sulla nostra deliziosa e divina macchina del centenario, è noto che il principe Miškin nell'Idiota di Dostoevskij afferma che sarà "la bellezza a salvare il mondo". Noi vogliamo prenderlo alla lettera e crediamo che la nostra D. riuscirà a donare il sorriso a tanti appassionati, collezionisti ed esperti di caffè e macchine del caffè, in tutto il mondo. La nostra deliziosa e divina D. donerà il sorriso a tanti, forse non sarà sufficiente a salvare il mondo, ma può aiutare a farlo.

L'intervista è stata pubblicata online il 19/03/21 ed è disponibile in versione integrale su: [www.comunicaffe.it](http://www.comunicaffe.it)



**Which of the many features of D. do you consider most revolutionary?**

*"D. is a concrete example of the function of beauty. Beauty is definitely not revolutionary. But the day will come when the aesthetic revolution demands beauty. Beauty, in the broadest sense, is a state of completeness and flawlessness, and this state may be perceived at first glance. D. is an example of progress responding to people's needs and simplifying people's lives, but, beyond the technology and its uniqueness, it is the harmony of its forms and proportions that people really love".*

**Does D. offer everything we need in a coffee machine, or is there still room for improvement?**

*"It is our passion and our curiosity that inspire improvement. And so at La San Marco, there will always be room for improvement, and this is our great joy, and our great fortune! We've talked about the technologies and the beauty of D., but we mustn't forget that it also saves energy. The D. project takes our reflection on rational use of non-renewable energy one step further. Our engineering work in this area has allowed us to save more than 30% of the energy consumption characteristic of the last decade's coffee machines. It's worth emphasising that, in addition to using a PID code, optimised by our R&D department to permit perfect control of the power supply of the electrical heating element in the boiler, the motor in our centennial machine also saves energy. A special recirculation circuit engineered in-house transforms the heat produced by the Joule effect of the motor during operation into thermal energy for preheating water on its way into the boiler, so the heating elements don't have to work so hard".*

**What will La San Marco do in the next century?**

*"We are heading into the second century of our history aware that the future must be woven out of the threads of memory, because we realise that our actions are never inconsequential, whether carried out in private, in society or in business. A focus on quality, dependability, innovation and protection of the value of our products over the years will continue to guide us in the management of our company. I am firmly convinced of the importance of the process of integration between "the art of making products" and "the art of making people" as the key to an innovative industrial revolution. The second century of our history will see us hard at work on this area, too. In terms of corporate responsibility, we're aware that we belong to a world-famous, internationally renowned organisation, and committed to representing it through exemplary behaviour demonstrating respect for people and the environment. For fairness and ethics. Ethics. A discipline practised by very few people. But what is progress without the guidance of ethics? It is charging through the jungle of abuse of the rights of individuals, of society, of the environment and of enterprises, which threatens to put an end to our civilisation and to humanity.*

*To conclude, going back to our delicious, divine centennial machine, as Prince Miškin says in Dostoevsky's "The Idiot", "beauty will save the world". We take this literally, believing that our D. will put a smile on the faces of coffee and coffee machine fans, collectors and experts all over the world.*

*Our delicious, divine D. will put a smile on a lot of faces, and this may not be enough to save the world, but it will surely help!"*

The complete interview was published online on March 19, 2021 and is available at [www.comunicaffe.it](http://www.comunicaffe.it)

# COLLEZIONE D. E LA RICERCA DEL PROFILO SENSORIALE PERFETTO *THE D. COLLECTION AND THE SEARCH FOR THE PERFECT SENSORY PROFILE*

**Una macchina progettata in base ai principi di ergonomia e flessibilità, che non può lasciare indifferenti.  
*A machine designed on the basis of the principles of ergonomics and flexibility, which will not leave anyone indifferent.***



## + **Materiali e design** *Materials and design*

Il corpo macchina è definito da pannelli laterali di materiale plastico ABS con vernici a base acqua. È disponibile in tre finiture: Bianco Perla, Brown Coffee e British Green, ma in futuro si potrà dare spazio a personalizzazioni con verniciature a effetto tridimensionale tramite tecnologia multistrato. La vera novità è la finitura tattile in nero effetto soft touch dei pannelli in lamiera verniciati, con un prodotto a base di vernice gommosa, resistente agli urti e antimpronta. Il ripiano scaldatasse è definito al contorno da un sistema di illuminazione a LED. Sono di acciaio inox le superfici del pannello frontale a sfondo dei gruppi erogatori, evidenziate da un gioco di luci. Il pannello di controllo flottante è costituito da una superficie continua con un unico schermo frontale touch, facile da pulire e sanificare con un semplice panno umido senza tasti o interstizi nei quali possano formarsi depositi di polvere e sporco. Anche la conformazione del corpo della macchina è studiata per avere una superficie tendenzialmente convessa, senza recessi che creino ristagni. Per mantenere le caratteristiche organolettiche del caffè, la funzione "purge" di lavaggio di ciascun gruppo elimina le tracce della bevanda precedente prima di una nuova erogazione.

*The body of the machine is defined by side panels of ABS plastic painted with water-based paint. It is available with three finishes: Pearl White, Coffee Brown and British Green, though it may be customised in the future with 3D effects created using multi-layer painting technology.*

*The true news is the black soft-touch textured finish of the sheet metal panelling, painted with a rubber-based paint which is shock-resistant and does not show fingerprints. The cup warmer surface is surrounded by LED lights. The surfaces of the front panel behind the spouts are made of stainless steel, highlighted by the lighting. The floating control panel consists of an uninterrupted surface with a single front touch screen that is easy to clean and sanitise with an ordinary damp cloth and has no buttons or gaps in which dust and dirt could accumulate. The shape of the machine's body is designed to offer a convex surface wherever possible, with no recesses in which dirt can accumulate. To maintain the coffee's sensory qualities, the "purge" function for washing each unit eliminates all traces of the previous beverage before a new one is brewed.*



## Variazione di temperatura Temperature control



La regolazione avviene tramite il sistema PID, acronimo di Proporzionale Integrativo Derivativo, utilizzato sia nelle caldaie multiboiler che in quella centralizzata con scambiatori, che gestisce la temperatura e le sue variazioni fino al decimo di grado. PID permette al segnale proveniente dal sensore di temperatura della caldaia di essere elaborato e convertito in un segnale elettrico in modo tale per cui l'erogazione della potenza riscaldante della resistenza varia nell'arco di tempo dell'erogazione. Il processo ON/OFF è gestito elettronicamente attraverso un commutatore a semiconduttore e la variazione della temperatura fra minimo e massimo è estremamente ridotta: nei modelli multiboiler le temperature possono salire, scendere, solo salire o solo scendere in un tempo di erogazione di circa 20-30 secondi. Stessa facoltà di regolazione anche per il vapore grazie al sistema FTL, Fine Tuning Lever, brevetto di La San Marco fornito spesso in abbinamento con la lancia vapore fredda.

Con FTL è possibile variare l'erogazione del vapore sia in maniera fine con solo ½ di giro di una speciale vite, sia in maniera rapida flettendo la levetta da un lato o dall'altro passando istantaneamente dal minimo al massimo.

*Temperature is controlled with a PID or Proportional - Integral - Derivative system, used in both multiboiler systems and central boilers with heat exchangers to manage temperature changes with a precision of up to one tenth of a degree. The PID system allows the signal from the boiler temperature sensor to be processed and converted into an electrical signal so that the power of the heating element varies while the coffee is being brewed.*

*The ON/OFF process is electronically managed with a semi-conductor switch and the temperature excursion between minimum and maximum is extremely limited: in multiboiler models temperatures can rise, drop, rise only or drop only within a brewing time of about 20-30 seconds. The same adjustment options are available for steam, thanks to the FTL or Fine Tuning Lever system, a La San Marco patent often supplied with the cold steam wand. FTL allows you to control steam dispensing finely, with just a half turn of a special screw, or rapidly, by turning the lever to one side or the other to switch instantly from minimum to maximum.*

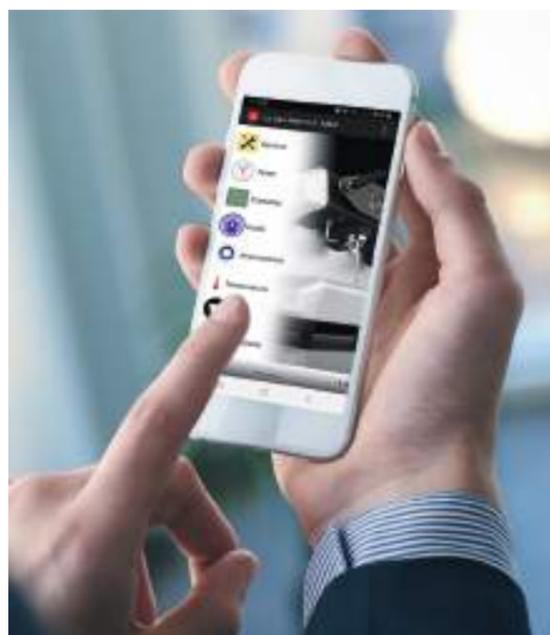
## Risparmio energetico Saving energy

Oltre al recupero del calore del motore asincrono per preriscaldare l'acqua e ai vantaggi anche in senso energetico della regolazione fine della temperatura con sistema PID, i pannelli laterali in plastica ABS e la verniciatura esterna della macchina contribuiscono a contenere il calore all'interno limitando le dispersioni. Anche le caldaie dei singoli gruppi sono dotate di un isolamento termico localizzato con un guscio in materiale espanso che fa sì che la dispersione del calore sia molto limitata: valutando la riduzione di dispendio energetico su un livello medio rispetto alle fasi di funzionamento e stand-by abbiamo ottenuto un risparmio fino al 35% rispetto a una nostra macchina tradizionale con regolazione di temperatura a pressostato.

*In addition to recovering heat from the asynchronous motor to preheat water and the energy-saving benefits of fine temperature control using the PID system, the ABS plastic side panels and external coat of paint on the machine help to retain heat inside it, limiting heat dispersion. The boilers on the individual groups feature local thermal insulation with a shell of expanded material that limits heat dispersion: considering the reduction of energy dispersion as an average between operation and stand-by, we have calculated energy savings of 35% compared to a conventional machine with pressure switch temperature control.*



## Funzionalità dell'app di controllo Functions of the control app



L'app gestisce il funzionamento della macchina in remoto con configurazioni dedicate che possono essere programmate off line, salvate e poi trasferite all'apparecchio per essere utilizzate in tempo reale grazie alla creazione di un archivio digitale: in questo modo la macchina è sempre disponibile per erogare caffè secondo i diversi procedimenti senza rallentare il servizio. Permette di ricevere impostazioni personalizzate a distanza da parte del nostro ufficio tecnico e, nel caso di un proprietario di una catena di locali, anche la possibilità di controllare l'intero parco macchine a distanza. La San Marco ha scelto volutamente di mantenere la funzionalità della connessione via app a livello volontario da parte dell'utente, in quanto il controllo remoto predefinito non rimovibile poteva essere percepito come un'ingerenza e non solo come un vantaggio offerto dalla raccolta e analisi dei dati, che comprendono ad esempio oltre al numero di caffè erogati, le impostazioni e le tipologie di bevande servite, anche quale gruppo è maggiormente utilizzato e quindi potrebbe necessitare di manutenzione più frequente.

*The app manages machine operation in remote mode, with dedicated configurations that can be programmed off-line, saved and then transferred to the machine for use in real time by creating a digital archive: this ensures that the machine is ready to make coffee at any time on the basis of various proceedings, without slowing down service. It makes it possible to receive customised settings in remote mode from our technical office and, in the case of owners of a chain of cafés, to remote control the entire pool of machines. La San Marco intentionally chose to keep the function for connection via app voluntary for users, as compulsory pre-set remote control could be perceived as interference rather than as a benefit offered as a result of data collection and analysis, including not only the number of cups of coffee made and the machine settings and types of beverage served, but which unit is used most often and therefore may require more frequent maintenance.*



## Profilatura di pressione *Pressure profiling*

La versione top di gamma di D. propone la configurazione multiboiler con variazione continua della pressione e della temperatura. Controllare la pressione dell'acqua consente di riprodurre in ambiente elettronico il tradizionale processo di erogazione a leva dove l'andamento varia attraverso fasi di crescita e di diminuzione della pressione nel tempo di erogazione. Il barista esperto ha la possibilità di lavorare con il profilo classico a leva oppure creare un profilo diverso secondo il tipo di caffè utilizzato. Questa funzione si basa sull'azione di un motore asincrono raffreddato ad acqua e di un sistema di valvole con motore passo-passo, per la prima volta qui impiegate su una macchina da caffè. Il motore asincrono della pompa è già presente nelle macchine della gamma La San Marco, ma nel caso di D. esprime una potenza superiore per raggiungere pressioni più elevate ed è pertanto dotato di un sistema a serpentina di raffreddamento ad acqua la quale, riscaldata, viene utilizzata nel processo di erogazione consentendo di recuperare un'energia che altrimenti verrebbe dissipata. Una volta preriscaldata, l'acqua viene inviata alle elettrovalvole passo-passo pilotate da un dispositivo controllore costituito da un trasduttore di pressione e una scheda elettronica di controllo dedicata. Le elettrovalvole passo-passo realizzano la variazione della pressione attraverso l'impulso di un segnale elettrico che regola il flusso dell'acqua secondo la pressione desiderata, assumendo diverse posizioni da apertura/chiusura totale a posizioni intermedie.

*The top-of-the range version of D. offers a multiboiler configuration with continuous pressure and temperature control. Controlling water pressure electronically reproduces the traditional process of making a cup of espresso using a lever, the course of which varies by increasing and decreasing of the pressure during the dispensing time. The expert barista can work with the classic lever profile or create a different profile for the specific type of coffee used. This function is based on the action of a water cooled asynchronous motor and a system of stepper motor valves, used here for the first time on an espresso machine. The asynchronous motor of the pump is already present in machines in the La San Marco range, but in D. it has greater power to reach higher pressures, and so it has a cooling coil system for the water which, when heated, is used in the coffee-making process to reclaim energy that would otherwise be lost. The preheated water is sent to the stepper motor valves piloted by a controller consisting of a pressure transducer and an electronic control board. The stepper motor valves vary pressure through the impulse of an electrical signal which controls the flow of water on the basis of the desired pressure, taking on different positions, from completely open or closed to intermediate positions.*



Erogazione con profilo M.  
*Brewing espresso with an M profile.*



Tecnologia Multiboiler con abbinamento curve di temperatura a profili di pressione.  
*Multiboiler technology using combination of temperature and pressure profiling.*

## LA SAN MARCO

**MODELLO 42 - Tra le prime macchine con caldaia orizzontale.**  
**MODEL 42 - One of the first horizontal boiler machines.**



# 1942

**Macchina a vapore in  
ottone e rame cromato  
con porta tazze laterali.**

Modello a vapore brevettato nel 1942 e prodotto fino al 1950. La carrozzeria è una delle prime prodotte in Italia a forma orizzontale. La caratteristica che la rende unica nel suo genere sono le due parti esterne laterali che scaldano le tazze e le rendono visibili da entrambi i lati.

*A brass and chrome-plated  
copper steam-powered  
machine with cup trays  
on the side.*

*A steam-powered coffee machine patented in 1942 and produced until 1950. The body is one of the first horizontal models to be made in Italy. What makes it unique is the two outer side walls, which heat the cups and make them visible from both sides.*



# ALLA SCOPERTA DEL MONDO SANMAC FRANCE NELLE PAROLE DI JEAN-PHILIPPE GRABLI *DISCOVERING THE WORLD OF SANMAC FRANCE THROUGH THE WORDS OF JEAN-PHILIPPE GRABLI*

L'azienda distributrice francese, da decenni al fianco di La San Marco  
*The French distributor that has been working with La San Marco for decades*



**"La mia azienda ha fortemente voluto rilanciare la macchina a leva un paio di anni fa e vi racconto come è successo."**

*"My company strongly wanted to relaunch the lever machine a couple of years ago and I'll tell you how it happened."*

## **SANMAC FRANCE e La San Marco: un'alleanza che dura da decenni. Raccontaci come tutto è cominciato.**

I miei zii cominciarono a lavorare con La San Marco negli anni '70 del secolo scorso quando era ancora un'impresa familiare. Due fratelli con già una certa esperienza nel settore, uno si occupava della regione parigina e nord della Francia e l'altro della Costa Azzurra e nel sud. A quel tempo non erano ancora molto diffuse le macchine da caffè professionali nei bar o nei ristoranti e loro proponevano dunque ai gestori di installare delle macchine molto redditizie, cosa che ha incontrato il favore di molti. Erano degli ottimi commercianti: lo zio di Parigi Robert Yaich riusciva sistematicamente a piazzare un paio di macchine al mattino e un paio al pomeriggio, con una quindicina di tecnici; altrettanto faceva lo zio James nel sud della Francia. Quindi ogni giorno una decina di macchine venivano installate. In seguito, La San Marco è stata acquisita dal gruppo industriale di cui fa parte ancora oggi e la logica di vendita è cambiata. Erano gli anni in cui i primi torrefattori iniziavano a fornire le macchine in comodato d'uso poiché interessati a promuovere il loro caffè nei bar e nei ristoranti sollevando i gestori dall'onere dell'acquisto della macchina e del macinino. Questo ha fatto sì che da un migliaio di clienti si sono ritrovati con una ventina di torrefattori di diverse dimensioni e grossisti di bevande che dapprima acquistavano macchine da caffè e servizio post-vendita da SANMAC FRANCE per poi – una volta che i lotti sono diventati sempre più consistenti – hanno preferito rivolgersi direttamente ai produttori evitando l'intermediazione dell'importatore. Negli ultimi tempi si assiste al processo inverso in cui i gestori dei locali tornano ad acquistare direttamente la macchina da caffè per due motivi: in primo luogo vogliono restare liberi di scegliere il caffè preferito senza essere vincolati contrattualmente ad un torrefattore, in secondo luogo l'efficienza complessiva del sistema di comodato non sempre ha risposto positivamente alle aspettative dei torrefattori più strutturati. Ciò ridona centralità al valore del marchio e contemporaneamente stimola l'interesse e la consapevolezza nella scelta delle attrezzature di volta in volta più adeguate alle esigenze specifiche dei gestori. Con l'avvento di Internet e il nostro sito, abbiamo potuto entrare in contatto diretto con baristi e ristoratori ovunque in Francia con una capillarità difficile da ottenere con una rete vendita classica, se pur ben strutturata.

## **Con una storia così lunga alle tue spalle, vuoi condividere alcuni ricordi o momenti speciali?**

Nella quotidianità del nostro lavoro, ogni importatore tratta con la casa madre indipendentemente da tutti gli altri, ricordo però con particolare piacere i momenti di convivialità e condivisione organizzati da La San Marco con tutti gli importatori riuniti in occasione di fiere o eventi particolari organizzati dall'azienda. Tali occasioni sono sempre state ricche di interscambio di esperienze fra importatori di diversi paesi del mondo e culture, di conoscenza reciproca e perché no, anche di gran divertimento. Purtroppo inseguendo una sempre maggiore efficacia dell'azione di vendita, questo approccio conviviale negli ultimi anni si è un po' perso, ancor prima di raggiungere gli estremi del periodo pandemico in cui addirittura gli incontri fisici sono stati completamente azzerati.

## **SANMAC FRANCE and La San Marco: an alliance over decades. Tell us how it all began.**

My uncles started working with La San Marco in the 70s of the last century when it still was a family business. Two brothers with already some experience in the field, one of them active in the Parisian region and Northern France and the other one in the Côte d'Azur and in the south. At that time, professional coffee machines were not yet widespread in bars or restaurants and they therefore proposed to the owners to install very profitable machines, which met the favour of many. They were excellent traders: the uncle from Paris Robert Yaich systematically managed to place a couple of coffee machine in the morning and a couple in the afternoon, with about 15 technicians; uncle James did the same in the south of France. Therefore every day nearly ten La San Marco machines were installed. Then, the industrial group which La San Marco is still a part of, purchased the company and the sales logic changed. In those years, the first roasters began to provide machines on a free-on-loan basis because they were interested in promoting their own roasted coffee in bars and restaurants, relieving the owners from the burden of buying the machine and the grinder. So, about a thousand customers ended up to become only about twenty roasters and wholesalers of different sizes who first bought coffee machines and after-sales services from SANMAC FRANCE and then - once their purchases became more and more consistent - preferred to address directly the producers, avoiding the intermediation of the importer. In recent times we are witnessing the reverse process: bar and restaurant owners prefer to buy their own coffee machine directly for two reasons: firstly they want to be free to choose their favourite coffee without being contractually bound to a specific roaster, secondly the overall efficiency of the free-on-loan system has not always responded positively to the expectations of most structured roasters. This approach restores centrality for the value of the brand and at the same time stimulates interest and awareness in choosing the best equipment responding to the specific owners' needs. With the advent of Internet and our website, we have had the opportunity to get in touch directly with baristas and restaurateurs anywhere in France with a capillarity that is difficult to reach through traditional sales networks, albeit well structured.

## **With such a long history behind you, would you like to share any special memories or moments?**

In the daily routine of our job, each importer deals with the company independently of all the others. I remember with great pleasure the shared moments of conviviality with all the importers gathered at exhibitions or at special events organised by La San Marco. Such occasions have always been rich in exchanging experiences between importers from different countries and cultures of the world, of mutual knowledge and - why not? - also of great fun. Unfortunately, targeting to an increasingly effective sales action, in recent years this convivial approach has been somehow lost, even before reaching the extremes of the current pandemic period during which physical meetings have been completely cancelled.

## **How has the Ho.Re.Ca. sector changed in France in recent years in the big towns and in the suburban areas?**

As I told you, for about twenty years, customers have gladly accepted the loan of an apparently free machine, the cost of which was in reality diluted in the kgs of coffee purchased. Now, however, we are witnessing a phase of cultural change in which owners pay more attention to the craftsmanship

### Come è cambiato il settore Ho.Re.Ca. in Francia negli ultimi anni nelle grandi città e nelle periferie?

Come ti dicevo, per una ventina d'anni i clienti hanno accettato di buon grado l'uso di una macchina apparentemente gratuita, dove in realtà il costo era diluito nei kg di caffè acquistati. Ora invece assistiamo ad una fase di cambiamento culturale in cui i gestori pongono maggiore attenzione all'artigianalità della filiera corta preferendo piccoli torrefattori locali ai grandi marchi (inter)nazionali. Questa tendenza al km zero, come reazione all'omologazione imposta dalla grande distribuzione e che tipicamente parte dalle grandi città, si percepisce sicuramente in Francia, ma mi risulta essere confermata anche a livello globale.

### Qual è il rapporto fra i francesi e il caffè?

L'approccio dei francesi verso il caffè assomiglia molto a quello dei cugini italiani: una lunga storia d'amore!

Questo è il motivo per cui le grandi catene internazionali di caffetteria hanno aspettato a lungo prima di entrare nei mercati più tradizionalisti europei quali la Francia e l'Italia, che vantano una lunga consuetudine con l'amata bevanda. Contrariamente ai paesi di cultura anglosassone, dove l'espresso ha avuto diffusione solo nell'ultimo mezzo secolo, nei paesi latini il caffè ha sempre rappresentato un momento di condivisione: si va a prendere assieme un caffè al bar andando in ufficio, sebbene l'uso delle macchine monodose stia anche lì facendo diminuire questo costume. Il sempre maggior consumo di caffè in capsule ha omologato le aspettative dei francesi in merito al caffè, ad esempio ogni francese vuole vedere una bella crema in tazza ed è molto più esigente rispetto a dieci anni fa.

### Come ritieni cambierà l'esperienza del caffè in Francia nei prossimi anni?

Ci sono varie tendenze: la mia azienda ha fortemente voluto rilanciare la macchina a leva un paio di anni fa e vi racconto come è successo. Un grosso torrefattore stava riducendo fortemente gli ordini di macchine, essendo l'approccio via comodato non più così conveniente come in passato. La percezione degli utenti con quel sistema non era premiante per la qualità delle macchine e le particolarità che le rendono una diversa dall'altra. Durante un mio viaggio a Milano un'amica mi suggerì che le macchine a leva prodotte da La San Marco, allora poco vendute in Francia, potevano rappresentare una bella narrazione da condividere con i clienti. Nell'approfondire l'argomento, abbiamo realizzato che erano tutti d'accordo sul fatto che la macchina a leva estraesse un caffè di qualità superiore e che La San Marco producesse le migliori macchine a leva. Quindi abbiamo iniziato a diffondere la conoscenza della macchina a leva in ambito di caffè alla napoletana e ne abbiamo ordinate una ventina per testare le prime reazioni del mercato francese. Abbiamo proposto ai nostri clienti di testare le macchine a leva per qualche giorno con la promessa che se non si fossero trovati bene gli avremmo sostituite con una macchina tradizionale. Su 20 clienti, 19 decisero di tenere la macchina. La macchina a leva è una macchina difficile da domare, un po' come un animale selvatico; i primi giorni i baristi si scontravano con la leva, dopo una settimana non erano convinti di aver preso la giusta decisione, e dopo due non avrebbero mai più cambiato una macchina a leva con una macchina tradizionale. Dopo sei mesi di promozione della macchina a leva, utilizzando le argomentazioni tradizionali come Napoli, l'Italia e l'estrazione a leva, ho deciso di verificare in prima persona a Napoli. Su una cinquantina di bar visitati, 46 avevano macchine a leva La San Marco. Tornando alla tua domanda, ci sono due tendenze, in Francia e nel mondo: da un lato il ritorno da parte dei ristoratori all'autenticità ed è la tendenza che noi abbiamo deciso di sposare e una più morbida e fuggevole di consumo senza dare a questa straordinaria bevanda l'attenzione che merita.

Prima di allora in Francia il caffè veniva estratto con macchine semiautomatiche oppure completamente automatiche. Le macchine a leva erano poco conosciute, un mercato di nicchia apprezzato solo da clienti stravaganti che le avevano viste a Napoli. Successivamente grazie alla nostra campagna di promozione, il numero di macchine per anno è passato da 3-4 a 60 nel primo anno e poi 150 nel secondo, diventando un punto di riferimento.

Le aspettative sono che la "D." coniugando i vantaggi delle macchine elettroniche e di quelle a leva dia ancora maggior impulso alla presenza del marchio La San Marco sia in Francia che globalmente.

### Sicuramente la pandemia ha segnato un profondo spartiacque fra il prima e il dopo: ritieni che il COVID cambierà l'abitudine al caffè?

Maggio è stato il mese delle riaperture un po' ovunque in Europa. Un così lungo isolamento ha generato un desiderio quasi incontenibile di ritrovarsi e di passare dei momenti insieme, prendere un caffè, un bicchiere di vino, una birra. Si tratta di un desiderio particolarmente sentito nei paesi europei che si affacciano sul Mediterraneo. L'essere finalmente di nuovo in contatto con familiari e amici annullando un così lungo distanziamento ci fa tornare a godere anche delle piccole gioie della vita come passare una serata al bar o al ristorante e questo avrà sicuramente un impatto più che positivo sulla filiera Ho.Re.Ca.

### Quale macchina non potrebbe mai mancare nella tua showroom?

Senza nessun dubbio la 80 LEVA cromata con finiture in legno. È l'immagine La San Marco che cerchiamo di costruire in Francia, a breve forse anche la nuova D.

Anche la Luxury è una macchina ritenuta splendida, sebbene alcuni clienti maggiormente legati all'immagine di tradizione la trovino un po' troppo moderna e minimalista. Resta pur sempre una macchina che non lascia indifferenti.

Non possiamo non citare la V6, macchina incredibile, più simile ad una macchina da corsa che ad una macchina da caffè, ha fatto molto per l'immagine La San Marco in Francia, creando scalpore attorno alle sue linee e al suo coraggioso concept.

### Un pensiero finale per i nostri lettori?

Auguro a me e a tutti di poter presto tornare a Gradisca d'Isonzo, degustare un ottimo pranzo, un buon bicchiere di vino e per finire uno straordinario caffè con la squadra. Sono momenti che contribuiscono a rinforzare le relazioni umane di cui abbiamo tutti bisogno dopo tante restrizioni e riunioni virtuali. Ho molta fiducia nel futuro, la situazione sta evolvendo bene e con La San Marco siamo tutti in ottime mani.



of the short chain, preferring small local roasters to large (inter)national brands. This trend towards zero km, as a reaction to the homologation imposed by mass distribution and which typically starts from large cities, is certainly perceived in France but I also find it confirmed on a global level.

### What is the relationship between the French and coffee?

The approach of French people to coffee is very similar to the one of their Italian cousins: a long love history!

This is the reason why the large international coffee chains have waited a long time before entering the more traditional European markets such as France and Italy, which have a long tradition with the beloved drink. Oppositely to the countries of Anglo-Saxon culture, where espresso has spread only in the latest half century, in Latin countries coffee has always represented a moment of sharing. You go to have a coffee together at the bar on your way to the office, although the use of single-serving machines is decreasing this habit. The increasing consumption of coffee in capsules has improved the expectations of the French regarding coffee, for example, every French person wants to see a nice creamy coffee in the cup and is much more demanding than ten years ago.

### How do you think the coffee experience in France will change in the coming years?

There are various trends: my company strongly wanted to relaunch the lever machine a couple of years ago and I'll tell you how it happened. A large roaster was heavily reducing machine orders, being the free-on-loan approach no longer as profitable as in the past. The consumers' perception in that system was not rewarding for the quality of the machines and the peculiarities that make them different from one another. During one of my trips to Milan, a friend suggested to me that the lever machines produced by La San Marco, at that time barely distributed in France, could represent a beautiful story to share with customers. In analysing the subject, we realized that they all agreed that the lever machine produced a better quality coffee and that La San Marco produced the best lever machines. So, we started to spread the knowledge of the lever machine in the field of Neapolitan coffee and we ordered about 20 machines to test the first reactions of the French market. We proposed our customers to test the lever machines for a few days, promising that if they hadn't been happy we would have replaced them with a traditional machine. Out of 20 customers, 19 decided to keep the lever machine. It is a difficult machine to tame, a bit like a wild animal; the first days the baristas clashed with the lever, after a week they were not convinced that they had made the right decision, and after two they would never again exchange a lever machine for a traditional machine. After six months of promoting the lever machine, using traditional arguments such as Naples, Italy and the lever extraction, I decided to go to Naples to check in person. Out of about 50 bars I visited, 46 had La San Marco lever machines. Back to your question, there are two trends, in France and worldwide: on one side the return to authenticity by restaurateurs and it is the trend that we have decided to embrace. The other is of a fast consumption without giving this extraordinary drink the attention it deserves.

Before then, in France, coffee was extracted with semi-automatic or fully automatic machines. Lever machines were barely known, a niche market appreciated only by extravagant customers who had seen them in Naples. Later on, thanks to our promotion campaign, the number of machines per year rose from 3-4 to 60 in the first year and then to 150 in the second one, allowing them to become a benchmark.

The expectations are that the "D." model, combining the advantages of electronic and lever machines, will give even greater impetus to the presence of the La San Marco brand both in France and globally.

### Surely, the pandemic has marked a profound watershed between before and after: do you think the COVID will change the coffee habits of people?

May was the month of reopening almost everywhere in Europe. Such a long isolation has engendered an almost uncontrollable desire to meet each other and spend time together: have a coffee, a glass of wine or a beer. This desire is particularly felt in the European countries bordering the Mediterranean. Finally being in touch with family and friends again, cancelling such long distances, makes us return to enjoy even the smallest life joys such as spending an evening at a bar or restaurant and this will certainly have a more than positive impact on the Ho.Re.Ca. sector.

### Which machine could never be missing in your showroom?

No doubt: a chrome plated 80 LEVA with wood finishing. This is the image of La San Marco that we are trying to build in France. Soon perhaps also the new "D." model.

The Luxury is also considered a beautiful coffee machine, although some customers, more closely tied to the traditional image, find it a little too modern and minimalist. But still, it is a model that does not leave anyone indifferent.

We cannot avoid mentioning the V6 model: an incredible machine, more similar to a racing car than to a coffee machine. This model has done a lot to the image of La San Marco in France, creating a sensation around its lines and its courageous concept.

### A final thought for our readers?

I wish myself and everyone to be soon able to return to Gradisca d'Isonzo, to enjoy an excellent lunch with a good glass of wine and finally an extraordinary coffee with the team. These moments help strengthening the human relationships that we all need after so many restrictions and virtual meetings. I have a lot of faith in the future, the situation is evolving well and with La San Marco we are all in excellent hands



# “CENT’ANNI DI DESIGN PER IL CAFFÈ”: LE PIÙ BELLE MACCHINE LA SAN MARCO IN MOSTRA A GRADISCA D’ISONZO

## “A CENTURY OF COFFEE DESIGN”: THE MOST BEAUTIFUL LA SAN MARCO ESPRESSO MACHINES ON EXHIBIT IN GRADISCA D’ISONZO

L'esposizione, disponibile anche in versione digitale con un virtual tour dedicato, ripercorre le tappe più importanti dei cent'anni di La San Marco attraverso una selezione dei modelli più famosi, che hanno fatto la storia del grande marchio italiano in tutto mondo.

*The exhibition, also available in a digital version with a dedicated virtual tour, looks back over the most important milestones in La San Marco's first century of history through a selection of the best-known espresso machines that have made the history of the great Italian brand all over the world.*

Ha da pochi giorni aperto le sue porte al pubblico "La San Marco. Cent'anni di design per il caffè", la mostra organizzata presso la Galleria d'Arte contemporanea Luigi Spazzapan di Gradisca d'Isonzo (GO) e dedicata ai cent'anni di storia La San Marco. Il progetto espositivo, sviluppato al piano terra della Galleria, accompagna i visitatori alla scoperta delle macchine La San Marco più belle e famose di tutti i tempi.

Si parte dal primissimo modello a colonna dal sapore liberty del 1920 e si prosegue con le realizzazioni iconiche degli anni '40, '50 e '70. Modelli storici e inconfondibili, disegnati da nomi importanti del design industriale italiano, come Gino Valle ed Ettore Sottsass, ricercatissimi dai collezionisti di tutto il globo. Il percorso si conclude con l'ala dedicata alle proposte contemporanee di alta gamma. Vere e proprie opere d'arte, sintesi perfetta di tecnologia e design, oggi scelte dai locali più prestigiosi a livello internazionale.

L'esposizione è stata realizzata in collaborazione con l'ERPAC (Ente Regionale per il Patrimonio Culturale della Regione Friuli-Venezia Giulia) e vede il contributo straordinario di alcuni modelli restaurati provenienti dall'archivio storico della famiglia Cussigh (Gamma Bar).

La mostra sarà visitabile, dal mercoledì alla domenica, dalle 10 alle 13 e dalle 15 alle 19. Per chi fosse impossibilitato a raggiungere fisicamente la mostra, sul sito [www.lasanmarco.com/virtualtour](http://www.lasanmarco.com/virtualtour) è disponibile il tour virtuale dell'esposizione, fruibile gratuitamente in italiano e in inglese. Immersi in un'esperienza interattiva, i visitatori possono muoversi tra le sale della Galleria Spazzapan, ammirare le macchine esposte e accedere alle descrizioni storiche e tecniche di ciascun modello.

*"La San Marco. A century of coffee design", an exhibition at Luigi Spazzapan contemporary art gallery in Gradisca d'Isonzo (GO) focusing on the first century of La San Marco's history, has just opened. The exhibition on the ground floor of the gallery takes visitors on a voyage of discovery of the most beautiful and best-known La San Marco coffee machines.*

*Starting with the earliest column coffee machines, built in Art Deco style in 1920, and continuing with the iconic espresso machines of the '40s, '50s and '70s: unique historic models designed by big names in Italian industrial design such as Gino Valle and Ettore Sottsass, sought-after by collectors all over the globe. The exhibition concludes with a special section focusing on today's top models. True works of art representing the perfect synthesis of technology and design, they are now selected by the world's most prestigious cafés.*

*The exhibition is held in partnership with ERPAC (the cultural heritage institution of the region of Friuli-Venezia Giulia) with the special contribution of a number of restored machines from the historic archive of the Cussigh family (Gamma Bar).*

*The exhibition remains open, Wednesday through Sunday, from 10:00 to 13:00 and from 15:00 to 19:00. But if it is impossible for you to visit in person, you can take a free virtual tour of the exhibition at [www.lasanmarco.com/virtualtour](http://www.lasanmarco.com/virtualtour), available in Italian and English. Immersed in an interactive experience, visitors can explore the rooms of the Spazzapan Gallery, admire the machines on display and read historic and technical information on each model.*



**Inquadra il QR CODE  
e accedi al virtual tour  
della mostra!**

*Frame the QR CODE  
to enjoy a virtual tour  
of the exhibition!*



# GRAN CAFFÈ GAMBRINUS E CAFFÈ PEDROCCHI: LA SAN MARCO NEI LOCALI STORICI D'ITALIA

## GRAN CAFFÈ GAMBRINUS AND CAFFÈ PEDROCCHI: LA SAN MARCO IN ITALY'S HISTORIC CAFÉS



La San Marco è orgogliosa di essere presente con i suoi prodotti nei migliori caffè d'Italia, da sempre esempi illustri della qualità e del prestigio del Made in Italy nel mondo della ristorazione.

*La San Marco is proud to boast that its products are present in Italy's best cafés, illustrious examples of the quality and prestige of Italian industry serving the world of fine dining.*

Il **Gran Caffè Gambrinus di Napoli**, di proprietà degli imprenditori Sergio e Rosati, fa parte dell'Associazione Locali Storici d'Italia e ha da poco compiuto 160 anni. Ritrovo di capi di Stato e teste coronate, e poi caffè letterario e luogo d'ispirazione di artisti e intellettuali del calibro di Oscar Wilde, Gabriele D'Annunzio, Ernest Hemingway e Matilde Serao, il Gambrinus è da sempre il caffè frequentato dai Presidenti della Repubblica Italiana in visita a Napoli. Al classico e mai fuori moda caffè si accompagnano dolci tipici napoletani come sfogliatelle (frolle e ricce), pastiera, babà, assieme a prelibatezze realizzate appositamente dai maestri pasticceri, tra cui spicca la matilda, immancabile nelle vetrine ricche di prodotti.

*Gran Caffè Gambrinus in Naples, owned by Sergio and Rosati, is a member of the Association of Historic Cafés of Italy and has been open for 160 years. A meeting-place for heads of state and royalty, then a literary café source of inspiration for artists and intellectuals of the calibre of Oscar Wilde, Gabriele D'Annunzio, Ernest Hemingway and Matilde Serao, the Gambrinus has always been the café that the President of the Republic of Italy visits when in Naples. A classic cup of espresso coffee, which never goes out of style, may be enjoyed with a traditional Neapolitan dessert such as sfogliatelle, pastiera, or babà, along with other treats by master pastry-chefs such as the essential matilda.*



Sfogliatella, babà e crostata di fragoline.  
Sfogliatella, babà and wild strawberry tartlet, all in one!



Il **Caffè Pedrocchi di Padova**, nato nei primi dell'800 per opera di Antonio Pedrocchi, è stato crocevia e luogo d'incontro per artisti, letterati e intellettuali come Ippolito Nievo, Gabriele D'Annunzio, Stendhal, Filippo Tommaso Marinetti e tanti altri personaggi illustri della storia.

A partire dal 2014 lo storico Caffè è stato orgogliosamente preso in gestione da F&De Group, azienda leader nel food&beverage che, collaborando con il Comune di Padova, ha realizzato un progetto di ristrutturazione dell'edificio per restituirgli l'antica bellezza nel rispetto della sua struttura originale e storicità, innovandone servizi e le esperienze.

*Caffè Pedrocchi in Padua, opened by Antonio Pedrocchi in the early 19th century, is a historic crossroads and meeting-place for artists, writers and intellectuals such as Ippolito Nievo, Gabriele D'Annunzio, Stendhal, Filippo Tommaso Marinetti and many more illustrious historic personages.*

*Since 2014 the historic café has been proudly operated by the F&De Group, a leader in the food&beverage industry which, in collaboration with the City of Padua, has renovated the building to restore it to its former beauty, preserving its original structure and historic qualities while renewing the services and experiences on offer.*



# MACINADOSATORI CON DOSE MAGGIORATA

## A BIGGER DOSER-GRINDER

Alla gamma di macinadosatori manuali, disponibili per quanto riguarda i tipi di macine in quattro diverse tipologie (in relazione ai consumi giornalieri e alla tipologia di miscele utilizzate), si aggiunge da qualche tempo un'ulteriore opzione gratuita per i nostri Clienti che preferiscono utilizzare grammature leggermente più alte di quelle standard.

Uno dei vantaggi dei nostri macinadosatori con dosatore, dotati di ghiera centesimale, è anche la possibilità di richiederli con la "stella dosatrice" maggiorata allo scopo di erogare dosi di grammatura superiore.

La sostituzione della componentistica interna del contenitore del caffè macinato può essere fatta non solo in fase di produzione, ma anche successivamente.

Si tratta infatti del semplice montaggio di una stella dosatrice di altezza superiore alla standard, per ospitare un volume maggiore nella singola camera di contenimento, e di una vite di alloggiamento avente filettatura più lunga per accogliere caffè macinato fino a circa 12 grammi a battuta (ovvero per singola dose).

L'applicazione della stella maggiorata è disponibile su tutti i modelli di macinadosatori con contenitore del caffè macinato, con le diverse tipologie di macine, tutte prodotte in lega ad alta resistenza e durata (acciaio al NiCr cementato e carbonitrurato), come di seguito elencato:

- SM 92 manuale, avvio e arresto macinatura manuale attraverso il tasto on/off. Macine piane da 64 mm.
- SM 92 timer, pomello temporizzatore meccanico per macinatura fino ad un massimo di 180 secondi. Macine piane da 64 mm.
- SM 92/A automatico, possibilità di programmazione di quattro diversi tempi di macinatura (30, 50, 80 o 120 secondi) e quattro diverse impostazioni di ripartenza (dopo 6, 12, 18 o 24 prelievi). Macine piane da 64 mm.
- SM 97 manuale, avvio e arresto macinatura manuale attraverso il tasto on/off. Macine piane da 84 mm.
- SM 97/A automatico, possibilità di programmazione di quattro diversi tempi di macinatura (30, 50, 80 o 120 secondi) e quattro diverse impostazioni di ripartenza (dopo 6, 12, 18 o 24 prelievi). Macine piane da 84 mm.
- SM LK automatico, possibilità di programmazione di quattro diversi tempi di macinatura (30, 50, 80 o 120 secondi) e quattro diverse impostazioni di ripartenza (dopo 6, 12, 18 o 24 prelievi). Macine misto-coniche composte da una coppia di macine coniche seguite da coppia di macine piane da 84 mm.
- SM TK automatico, possibilità di programmazione di quattro diversi tempi di macinatura (30, 50, 80 o 120 secondi) e quattro diverse impostazioni di ripartenza (dopo 6, 12, 18 o 24 prelievi). Macine coniche.

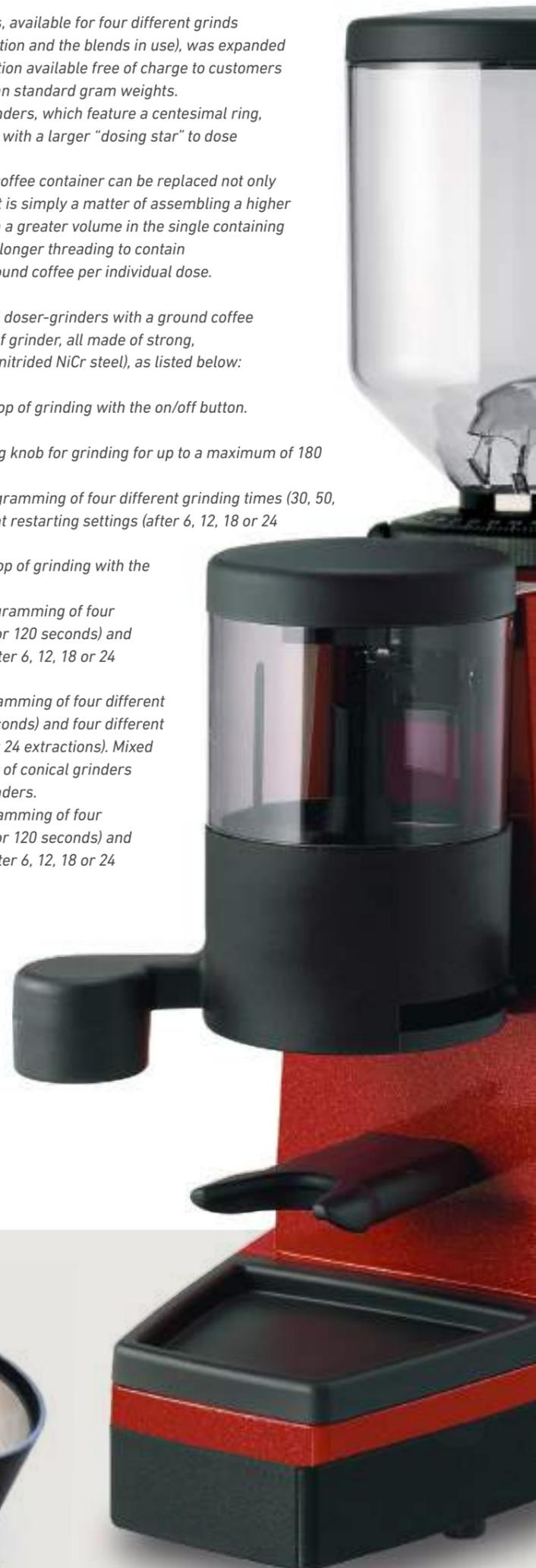
*The range of manual doser-grinders, available for four different grinds (depending on daily coffee consumption and the blends in use), was expanded sometime ago with an additional option available free of charge to customers who prefer to use slightly higher than standard gram weights.*

*One of the benefits of our doser-grinders, which feature a centesimal ring, is the possibility of requesting them with a larger "dosing star" to dose a higher gram weight.*

*The components inside the ground coffee container can be replaced not only at the time of production, but later. It is simply a matter of assembling a higher than standard dosing star to contain a greater volume in the single containing chamber, and a housing screw with longer threading to contain up to approximately 12 grams of ground coffee per individual dose.*

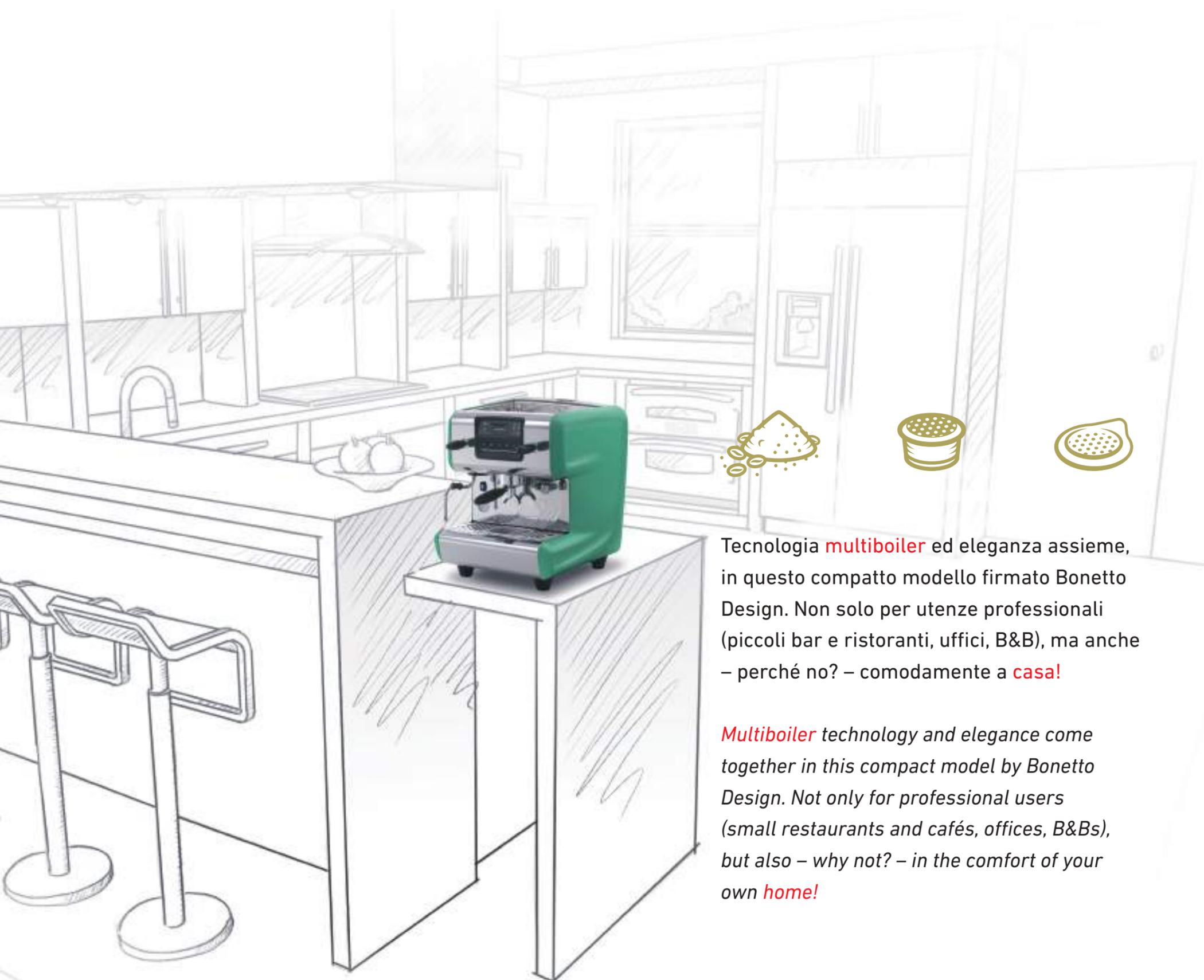
*The larger star may be applied to all doser-grinders with a ground coffee compartment, with different types of grinder, all made of strong, durable alloy (carburised and carbonitrided NiCr steel), as listed below:*

- manual SM 92, manual start and stop of grinding with the on/off button. Flat 64 mm grinders.
- SM 92 with timer, mechanical timing knob for grinding for up to a maximum of 180 seconds. Flat 64 mm grinders.
- automatic SM 92/A, permitting programming of four different grinding times (30, 50, 80 or 120 seconds) and four different restarting settings (after 6, 12, 18 or 24 extractions). Flat 64 mm grinders.
- manual SM 97, manual start and stop of grinding with the on/off button. Flat 84 mm grinders.
- automatic SM 97/A, permitting programming of four different grinding times (30, 50, 80 or 120 seconds) and four different restarting settings (after 6, 12, 18 or 24 extractions). Flat 84 mm grinders.
- automatic SM LK, permitting programming of four different grinding times (30, 50, 80 or 120 seconds) and four different restarting settings (after 6, 12, 18 or 24 extractions). Mixed conical grinders composed of a pair of conical grinders followed by a pair of flat 84 mm grinders.
- automatic SM TK, permitting programming of four different grinding times (30, 50, 80 or 120 seconds) and four different restarting settings (after 6, 12, 18 or 24 extractions). Conical grinders.



20 / 20 P L U G &amp; P L A Y

## ELEGANTE SEMPLICITÀ



Tecnologia **multiboiler** ed eleganza assieme, in questo compatto modello firmato Bonetto Design. Non solo per utenze professionali (piccoli bar e ristoranti, uffici, B&B), ma anche – perché no? – comodamente a **casa!**

***Multiboiler** technology and elegance come together in this compact model by Bonetto Design. Not only for professional users (small restaurants and cafés, offices, B&Bs), but also – why not? – in the comfort of your own **home!***



**La San Marco S.p.A.**  
 GRADISCA D'ISONZO (GO) - ITALY  
 Ph. (+39) 0481 967111  
 info@lasanmarco.com  
 @lasanmarcospa  
 lasanmarco\_official



lasanmarco.com

