Caffè: corsi per tutti i gusti

img1574-4ab3901f

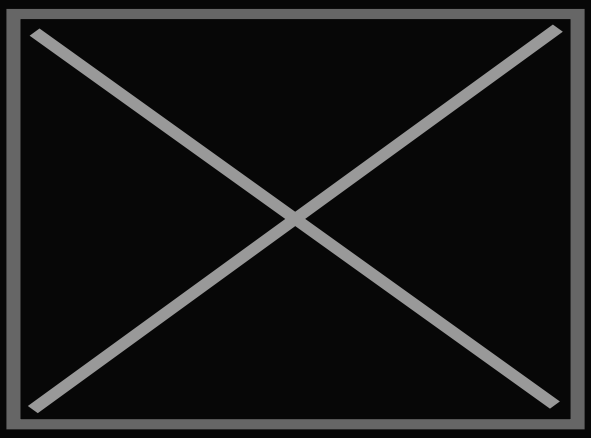
Si fa presto a dire: “qui si serve un buon caffè”. Il processo che porta a presentare al cliente un prodotto pregiato è tutt’altro che banale. Cadere in errore è infatti più facile di quel che si possa pensare. E il rischio è tutt’altro che risibile, visto che un approccio scorretto può perfino pregiudicare il risultato di un espresso preparato con una materia prima di qualità. Così, da tempo, le stesse grandi marche della torrefazione si sono mosse per offrire ai propri fornitori – e non solo – percorsi di formazione strutturati. L’obiettivo è chiaro: permettere a chi lavora dietro al bancone di valorizzare al meglio le loro miscele. Sullo sfondo di un’offerta ampia e variegata, ecco allora le proposte messe a punto da Lavazza e Illy, ovvero da due delle maggiori aziende del settore, che storicamente hanno sostenuto con forza la formazione applicata alla tazzina di espresso.

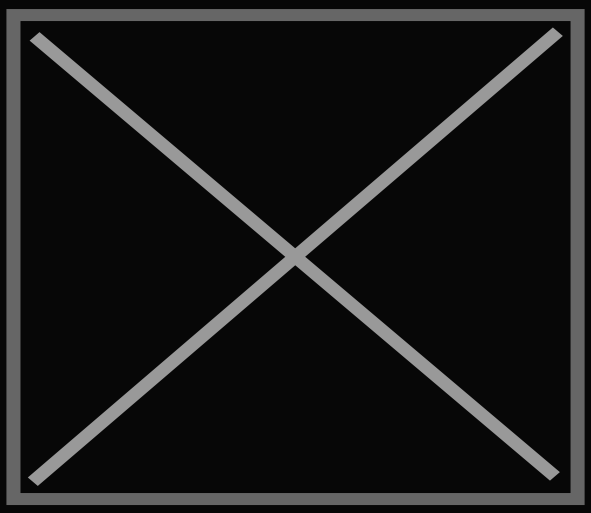
DA TORINO…



Lavazza è impegnata sul fronte della formazione già dal lontano 1979, anno in cui diede vita a una vera e propria scuola che oggi, sotto il nome di Lavazza Training Center, è diventata un network mondiale con oltre 50 sedi nei 5 continenti. “L’obiettivo del Centro – illustra Marcello Arcangeli, head of Lavazza Training Center (nella foto) – è la diffusione della cultura italiana del caffè con un approccio sempre più cosmopolita. Un traguardo perseguito da un lato

esportando le modalità di consumo tipiche del nostro Paese, dall'altro importando modelli di consumo internazionali ai quali viene applicata l'expertise della nostra azienda". All'interno del Lavazza Training Center, dove ogni anno si formano circa 30mila allievi, un ruolo di rilievo è occupato dalla Scuola dell'Espresso, specificamente riservata ai baristi. "L'offerta pensata per loro – afferma Arcangeli – comprende corsi dedicati al caffè e corsi manageriali, così da formare gli addetti al settore su tutti i principali aspetti del mestiere". Alla base della proposta, una precisa strategia: "Per controllare e assicurare la qualità in tazza del suo caffè – rileva Arcangeli –, Lavazza affianca insomma i propri clienti professionali con un'attività di assistenza a 360°, nella quale è compreso un programma di formazione articolato in più fasi, che parte dalle basi della conoscenza del caffè per arrivare a contenuti più evoluti di retail management. I nostri allievi possono mettere in pratica le nozioni apprese fin dal giorno successivo, realizzare e servire prodotti di qualità che permettono loro di differenziare la propria offerta da quella degli altri locali". Ma c'è di più. Il Training Center, infatti, si impegna anche nella ricerca e nello sviluppo di nuovi prodotti. Un esempio? "Il coffee design – risponde Arcangeli –, ovvero il food design applicato al caffè: una disciplina che fino a qualche anno fa non esisteva e che Lavazza ha trasformato in vera e propria arte, complici proprio le ricerche fatte nei laboratori del Training Center con i più grandi chef internazionali, quali Ferran Adrià, Davide Oldani, Carlo Cracco e Massimo Bottura". E non a caso a questa "materia" è dedicato da ormai ben 12 anni uno specifico workshop promosso in collaborazione con il Politecnico di Torino. Sotto il profilo organizzativo, presso il Centro insegnano professionisti della formazione specializzati e in costante aggiornamento all'interno e all'esterno dell'azienda, tutti impegnati in un percorso formativo Scae (Specialty Coffee Association of Europe) che permetterà loro a breve di diventare AST (Authorized Trainer Scae). A livello nazionale opera un gruppo di 6 trainer operativi presso la sede centrale di Torino e quelle di Padova, Bologna, Roma, Napoli, Catania, Bari e Cagliari. Una squadra dedicata di 4 trainer professionisti si occupa invece di tutte le attività formative rivolte al mondo estero e attivate nelle 45 sedi del Training Center presenti nel mondo. A questa struttura "stanziale" si affianca poi il nuovo programma di "training coaching" che coinvolge direttamente i punti di vendita. "Andiamo così oltre la formazione in aula – commenta Arcangeli –, attivando un servizio one to one, cucito sulle diverse esigenze del cliente, sempre più simile a una vera e propria consulenza sul prodotto, sull'offerta e sul servizio a tutto tondo. La qualità in tazza di ogni espresso firmato Lavazza viene in questo modo certificata da una formazione tailor made e costante nel tempo".





La collaborazione del team Lavazza con Ferran Adrià ha dato origine a èspesso, l'espresso solido (2002) e a coffee caviar, il caviale di caffè (2004)

… A TRIESTE

Spostandosi dal Piemonte al Friuli, anche Illy conta una lunga e consolidata storia sul fronte della formazione. Per scongiurare il pericolo che il lavoro di presidio fatto lungo la filiera fosse compromesso da una trasformazione finale non ottimale, nel 1999 l'azienda ha inaugurato la sua Università del Caffè. "Inizialmente la scuola – ricorda Moreno Faina, direttore dell'Università del Caffè Illy (nella foto sotto) – beneficiò della collaborazione con l'Università Federico II di Napoli, tanto che la sua prima sede trovò spazio proprio nella città partenopea. Nel 2001 però l'attività venne trasferita a Trieste, dove attualmente risiede". E dove si svolge l'attività di coordinamento delle sue 25 filiali aperte nel mondo. "Nel capoluogo giuliano – continua Faina – vengono formati i docenti che poi operano nelle sedi estere come pure viene preparato il materiale didattico comune". La formazione erogata dal network che fa capo all'Udc si indirizza verso tre target: produttori, consumatori e professionisti. "Per questi ultimi, in particolare –, commenta Faina –, è pensata un'ampia offerta che spazia dai corsi

focalizzati sulla filiera del caffè ai corsi monotematici che affrontano tanto gli aspetti più rilevanti del mestiere, quanto temi di carattere più imprenditoriale, quali per esempio, la gestione del personale e il visual merchandising". Ma non è tutto.



"L'Università – continua Faina – organizza anche corsi ad hoc presso i clienti che ne fanno richiesta. E questo nell'ottica di una sempre più marcata attività consulenziale. Attività che ha peraltro indotto anche ad arricchire le occasioni didattiche dedicate alla ricettazione a base di caffè e quelle focalizzate sulle slow preparation per aumentare le occasioni e le esperienze di degustazione". L'Udc non si è però fermata alle sole attività formative in senso stretto. L'Università ha infatti messo a punto anche un kit professionale, realizzato sulla base dei principali composti aromatici presenti nel caffè. "Lorenzo Dante Ferro, maestro profumiere italiano – afferma Faina – ne ha elaborato i relativi estratti realizzando il cofanetto "Gli aromi del caffè illy", pensato per sperimentare percorsi aromatici-sensoriali spesso non così conosciuti". Infine, una nota merita l'attività svolta sul fronte scolastico istituzionale. "Per il 25esimo anno – annuncia Faina – sosteniamo l'iniziativa "I Maestri dell'Espresso junior" che in questo 2017 supporterà nello specifico docenti e studenti delle quarte classi degli istituti alberghieri a livello nazionale. In collaborazione con il Gruppo Cimbali abbiamo infatti organizzato momenti di aggiornamento riservati ai professori, che hanno potuto a loro volta trasferire le nuove competenze acquisite ai propri alunni. Questi ultimi sono stati invitati a realizzare video da 5 minuti ispirati proprio alle conoscenze apprese durante le lezioni dedicate al caffè.