Il museo del caffè entra in azienda

museo-aziendale-del-caffe-1-6541cc8d



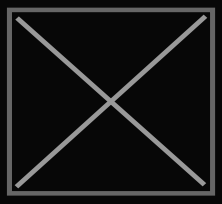
Un museo aziendale è un utile strumento per valorizzare la storia, migliorare la qualità del prodotto e coadiuvare il marketing. Lo spiega **Lara Caballini di Sassoferrato, Amministratore Delegato di Dersut Caffè**, azienda socia dell'Istituto Espresso Italiano (IEI).

Perché dare vita a un museo del caffè?
Il Museo del Caffè Dersut, sito a Conegliano, nasce nel 2010 su volontà di mio padre Giorgio, per raccontare la lunga storia aziendale. Riscoprendo l'importante patrimonio di documenti, fotografie e attrezzature da noi custodito è sorto anche il desiderio di diffondere la cultura dell'espresso italiano, affinché tutti, operatori e consumatori, potessero saperne di più e insieme migliorare la qualità di questo prodotto di eccellenza del made in Italy, che ci auguriamo possa essere presto riconosciuto e tutelato come bene immateriale Unesco, lungimirante obiettivo del Consorzio di Tutela del Caffè Espresso Italiano Tradizionale, presieduto da mio padre. Il patrimonio aziendale è uno strumento di marketing sempre più importante. L'heritage marketing è prezioso supporto alla crescita aziendale con importanti risvolti commerciali e di immagine. A supporto di queste azioni, siamo infatti iscritti a Museimpresa, l'associazione dei musei e archivi aziendali nazionali supportata da Confindustria. La nostra marketing manager è mia sorella Giulia.

Chi vi si incontra e che attività vi si svolgono?
Il museo viene aperto al pubblico per visite guidate svolte su prenotazione per soddisfare il numero crescente di appassionati che, accompagnati dal nostro personale, svolgono un viaggio storico-didattico lungo la filiera del caffè, dalla pianta alla tazzina, per degustare in fine il bramato espresso.

Una spaziosa aula è destinata a corsi di formazione per operatori del settore e aspiranti: dall'estrazione, alla latte art, fino all'assaggio e la valutazione dell'espresso con l'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè (Iiac). Per il futuro prevediamo corsi rivolti ai clienti finali dell'espresso, per un consumo più consapevole.

Che valore ha IEI nella diffusione della cultura e dell'espresso italiano?
Siamo soci dell'espresso italiano perché le finalità di tutela e cultura dell'espresso italiano sono l'obbiettivo primario di IEI. In occasione di Sigep organizziamo da due anni presso il nostro stand una delle tappe di qualificazione preliminare di Espresso Italiano Champion coinvolgendo gli studenti delle scuole alberghiere del territorio. Questi giovanissimi futuri baristi mi hanno colpito per tenacia, determinazione e la grande preparazione dimostrati mettendosi in gioco in una competizione con regole severe di fronte a un pubblico numeroso: un grande motivo d'orgoglio per il nostro settore e per l'espresso made in Italy. L'espresso è un vero patrimonio, non solo per le sue caratteristiche qualitative, ma anche il suo essere da sempre momento di condivisione.



L'Istituto Espresso Italiano (www.espressoitaliano.org), di cui fanno parte torrefattori, costruttori di macchine e macinadosatori e altri sodalizi che volgono la loro attenzione all'espresso di qualità, oggi conta 34 soci con un fatturato aggregato di circa 700 milioni di euro.