Come la torrefazione parla al territorio

come-la-torrefazione-1-6c782502

Le torrefazioni italiane sono spesso radicate nel proprio territorio, ne esprimono la cultura e insieme ai

baristi promuovono le qualità dell’espresso italiano al cliente finale. Ne parla

Pietro Biancotti, responsabile qualità di Torrefazione S. Salvador, azienda socia dell’Istituto Espresso Italiano (IEI).

Cosa unisce una torrefazione al suo territorio?
Il luogo in cui nasce e si sviluppa un’azienda, lo stile di vita, le abitudini le usanze e la cultura, in particolar modo per le aziende a conduzione famigliare, plasmano l’identità della torrefazione. La storia delle persone che avviano un’attività è legata a doppio filo con il territorio. Vivere e lavorare all’interno di una comunità rafforza questo legame, nato per noi più di 50 anni fa, quando mio padre fondò Torrefazione S. Salvador.

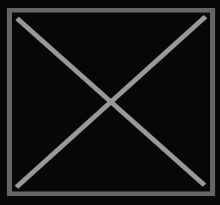
Quali sono le azioni concrete che vengono realizzare?
Collaborazioni tra aziende, con associazioni, società sportive, culturali e benefiche che operano sul territorio sono importanti. Spesso vengono proposte da nostri clienti impegnati nel mondo del volontariato. Non sempre queste attività hanno un reale ritorno pubblicitario, ma contribuiscono allo sviluppo del territorio, della comunità e di conseguenza dell’azienda stessa. Restituire risorse è fondamentale per l’etica aziendale.

Come si valorizza il ruolo del barista?
Rivestono grande importanza gli eventi organizzati dall’azienda come i corsi professionali, le visite e le

gare baristi. Coinvolgere il maggior numero di persone possibili, trasmettere cultura del caffè e creare momenti di scambio rappresentano un’occasione unica per incontrare la comunità e i clienti. La figura del barista come ambasciatore dell’espresso è fondamentale. Offrire un prodotto e i servizi necessari perché i baristi possano esprimere la propria arte è la missione della nostra azienda.

Cosa si trova della vostra terra nel vostro espresso?
La tradizione influenza ovviamente anche lo sviluppo dei prodotti e il loro gusto. Dai cibi ai vini un territorio si identifica anche con i prodotti tipici. Quando si parla di caffè cerchiamo un espresso che fa del bilanciamento una caratteristica fondamentale. Tostatura leggera, un buon corpo, ottima tessitura della crema con sfumature tendenti al rossiccio, acidità medio alta, amaro basso, note di cioccolato e frutta secca e profumi di fiori e frutta esprimono lo stile del nostro espresso, tipicamente alpino, il nostro territorio, le nostre valli.

Come IEI contribuisce a dare valore sul territorio alle aziende socie?
I progetti intrapresi con IEI ci hanno permesso di rafforzare i rapporti con i nostri clienti superando il classico rapporto commerciale e instaurare una conoscenza più diretta. Tra le iniziative una delle più apprezzate è Espresso Italiano Champion che permette di creare dei momenti di confronto professionale di crescita, ma anche di divertimento. Mostrare le proprie competenze acquisite con impegno ai propri clienti è molto importante.



L’Istituto Espresso Italiano (www.inei.coffee), di cui fanno parte torrefattori, costruttori di macchine e macinadosatori e altri sodalizi che volgono la loro attenzione all’espresso di qualità, oggi conta 37 aziende aderenti con un fatturato aggregato di circa 740 milioni di euro