

## Formazione: Bloom Coffee School di Imperator insieme all'istituto professionale Galdus (di Milano)



Non basta più saper servire un buon caffè. È necessario comprenderlo, rispettarlo e raccontarlo attraverso la formazione di professionisti consapevoli, competenti e capaci di dare dignità al prodotto. È con questa visione che [Imperator](#) e Bloom Coffee School, il suo centro di formazione dedicato al caffè, hanno avviato una collaborazione con l'Istituto professionale Galdus di Milano, per portare nei percorsi scolastici un nuovo modello educativo: il caffè come cultura e narrazione, non solo come prodotto.

«Abbiamo bisogno di operatori che siano soprattutto narratori, di baristi che siano anche esploratori sensoriali, di professionisti che sappiano riconoscere, raccontare e valorizzare il lavoro dei produttori, dei torrefattori, dei formatori - sottolinea in una nota stampa Alberto Polojac, responsabile qualità Imperator e direttore di Bloom Coffee School -. Con Galdus stiamo costruendo un percorso che unisce tecnica e racconto, operatività e conoscenza. Un primo passo per una figura che mancava: lo storyteller del caffè».

Il programma di formazione, sviluppato seguendo gli standard internazionali **SCA (Specialty Coffee Association)** per i moduli base e intermedio, si concentra **sul caffè verde e abbraccia tutte le fasi della filiera**. L'iniziativa rappresenta un impegno concreto per rivedere e valorizzare la materia dalla base, offrendo agli studenti competenze specialistiche spendibili nel mercato del lavoro.

*«Il caffè è un pilastro fondamentale della nostra cultura e del nostro sistema economico, eppure nelle scuole alberghiere viene spesso relegato a materia secondaria - spiega Alberto Polojac - È fondamentale che gli istituti comprendano l'importanza di valorizzare la conoscenza della materia prima di insegnare il servizio. Solo chi conosce davvero il caffè può servirlo con competenza».*

Durante il corso, l'ultimo concluso a metà giugno, si sono affrontati i **temi della selezione delle materie prime, della conoscenza approfondita delle diverse tipologie di piante di caffè, delle tecniche estrattive alternative e tradizionali, dei processi di analisi sensoriale e tostatura professionale, sostenibilità, tracciabilità EUDR, ma anche elementi di marketing strategico e digitale per sostenere la comunicazione a tutto tondo**. Inoltre, attraverso figure professionali formate in modo completo, **il cliente impara a riconoscere la qualità, a chiedere trasparenza, a scegliere con più attenzione cosa bere e dove bere**. La formazione, così, non resta chiusa tra le mura del settore: diventa parte di una cultura condivisa, che restituisce valore all'intera filiera e crea un pubblico più esigente, informato e rispettoso.

*«Restituire dignità al caffè significa andare oltre la tazzina da un euro, diventata ormai anacronistica rispetto alla realtà che stiamo vivendo - prosegue Polojac -. Significa investire nelle persone che lo servono ogni giorno, aiutandole a diventare interpreti di una tradizione secolare in continua evoluzione».* Un'analisi approfondita andrebbe anche svolta sull'**impatto economico del caffè nella ristorazione**. *«Il caffè rappresenta uno dei margini di profitto più significativi per bar, ristoranti e hotel, evidenzia. Formare professionisti competenti significa dare al settore gli strumenti per massimizzare questo potenziale economico»*, conclude Polojac