

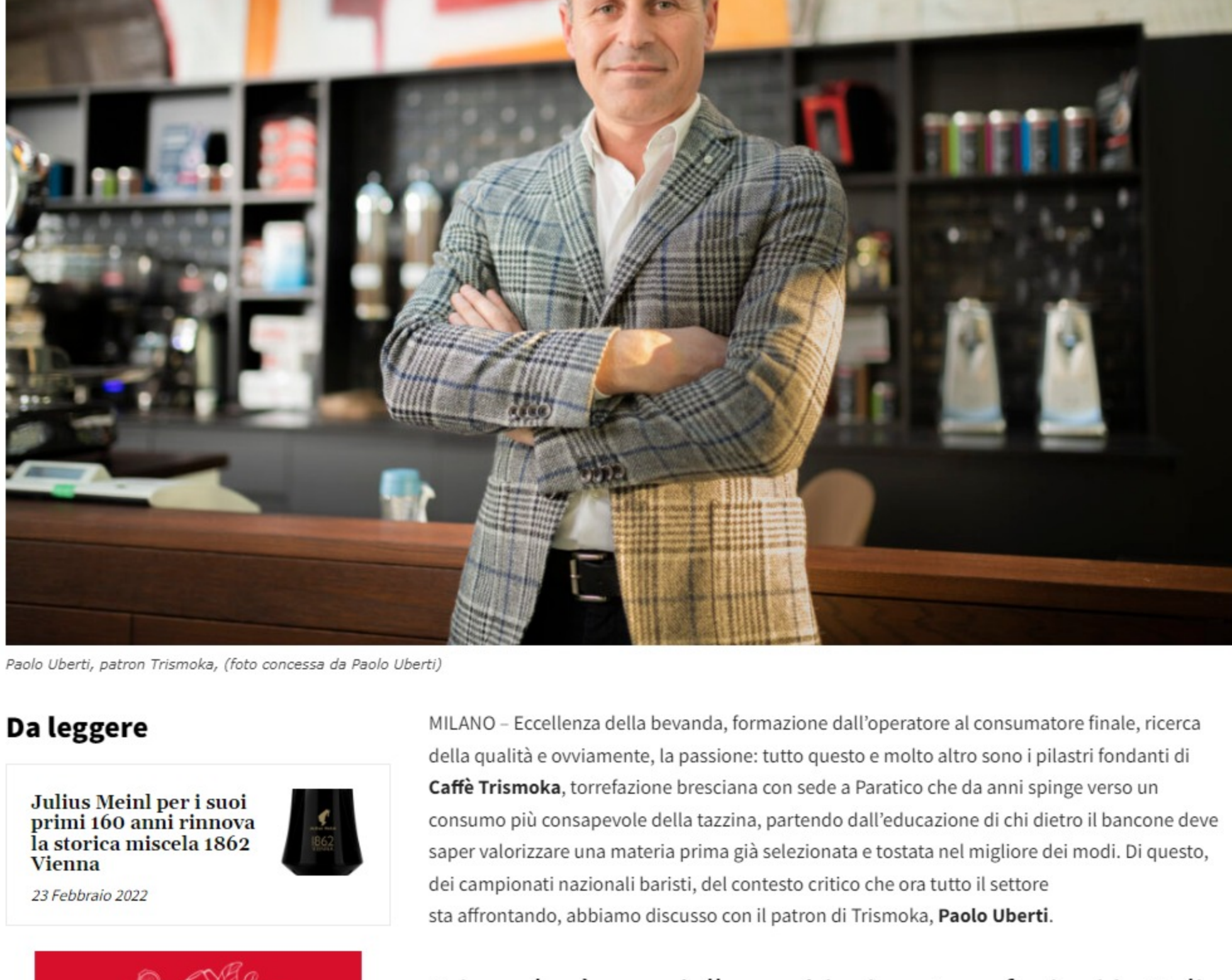
NOTIZIE ESCLUSIVA INTERVISTE CAFFÈ TORREFFATTORI

Uberti, Trismoka: “Capsule compostabili e biodegradabili, presto delle acquisizioni

Sui prossimi passi, Uberti: “L’ampliamento della rete vendita, con eventuali acquisizioni. Siamo in una fase in cui abbiamo voglia di crescere. Abbiamo potenzialità e mentalità giusta per una buona crescita basata sulla qualità di uomini e prodotto.”

23 Febbraio 2022

Share f t w in



Paolo Uberti, patron Trismoka, (foto concessa da Paolo Uberti)

Da leggere

Julius Meinl per i suoi primi 160 anni rinnova la storica miscela 1862 Vienna
23 Febbraio 2022

MUMACADEMY.COM
IMMERGITI NEL MONDO DEL CAFFÈ

Manuel Caffè apre il nuovo Coffee Living in pieno centro a Conegliano
23 Febbraio 2022

INF
Ocechiello - Italy

Starbucks: il team aiuta una ragazza approcciata da uomo in locale texano
23 Febbraio 2022

CONTATTI PER UNA WATER CONSULTING
BWT water + more

Coca-Cola: acqua senza bottiglia nei distributori automatici in Giappone
23 Febbraio 2022

demuslab
Analisi, R&S, consulenza e formazione sul caffè

demuslab
Analisi, R&S, consulenza e formazione sul caffè

Felicità nelle aziende: perché il 20% degli addetti vuole cambiare impiego
23 Febbraio 2022

Caffè verde Moko. Un sacco buono.

Trismoka è una delle pochissime torrefazioni in Italia che tosta Caffè Panama perché lo fa che cosa vuole dire?

“Sono una di quelle persone che ha creduto tantissimo già dagli anni 2000 nell’eccellenza del nostro caffè. Quando mi sono accorto che troppo spesso veniva trattato male anche dal mondo dei baristi, mi sono chiesto subito cosa potessi fare per migliorare questo aspetto. Su questa intuizione, insieme ad altre persone convinte che la formazione fosse utile per migliorare l’intero settore, abbiamo partecipato attivamente al **campionato italiano baristi** a partire dal 2003 e lo abbiamo fatto crescere.

Compostabile o riciclabile? PELLINI

Volevamo dare agli operatori la possibilità di mettersi in gioco dando loro un’occasione importante di formazione, divertendosi. Con Trismoka abbiamo fatto veramente tantissimo anche all’interno degli istituti alberghieri. Continuando coerentemente con la ricerca dell’eccellenza, collegata al mondo delle gare: nel 2010, mi sono imbattuto in questo caffè straordinario che aveva una **forma perfetta**, un colore già da crudo che teneva quasi all’azzurro, pulito in bocca, con delle sensazioni che riportavano al miele e al burro e che dava una gratificazione straordinaria.



Dentro il mondo di Trismoka

Ho deciso di prenderne qualche sacco e di curarlo con una tostatura ad hoc per partecipare alle finali nazionali del campionato italiano baristi a Rimini. Trismoka in quel momento, allenava tre concorrenti giunti in finale e uno di questi aveva portato in gara proprio il **Caffè di Panama** che avevamo trattato in azienda. In questo contesto è stato giudicato come il miglior caffè in competizione.

REPA
La più ampia gamma di ricambi per macchine professionali e macinacaffè

Da quel momento in poi abbiamo pensato di trasformarlo in **una chicca per pochi** (ha un costo non proprio accessibile a tutti). Oggi ahimè si fa anche fatica a reperirlo, eppure, dal 2010 a oggi non l’abbiamo più tolto dal nostro listino e anzi, abbiamo qualche barista eccellente che usa solo questo. Continuo a starlo e – sorride Uberti – naturalmente a gustarmelo.”

Quali sono le altre origini/miscele che tosta per la sua rete di bar e di rivendite tra Brescia e Bergamo?

“Abbiamo **5 monorigine**. Panama non è l’unico che proponiamo in purezza: Colombia, Nicaragua biologico, Kilimangiaro e Costarica sono gli altri. Poi abbiamo l’offerta delle nostre miscele con un altissimo contenuto di Arabica fra le quali spicca Gran Caffè Gourmet, un 100% Arabica composto da due Brasiliani, un indiano, Colombia, Guatemala e un africano di altissima qualità, Kilimanjaro raccolto a circa 1600 mt. caratterizzato da un gusto pieno, cacao amaro, floreale e sensazioni di agrumi.

Lei si è sempre molto interessato alle competizioni di caffetteria: ha formato diversi campioni, ha inventato dal nulla nuove formule di gare. Novità in vista?

“Il mondo della formazione negli ultimi vent’anni si è evoluto tantissimo. Prima si imparava dietro al bancone. Oggi, per merito anche di pionieri come Trismoka, un po’ tutti si sono organizzati con un piccolo o grande centro di formazione per baristi. Sempre di più si ha l’esigenza di **personale qualificato**, sia in torrefazione che dietro il bancone del bar. Negli ultimi dieci anni in particolare, la qualità dei baristi è migliorata. Ci sono ancora quelli che non credono nella formazione, ma sono in tanti che investono: noi formiamo circa 400 baristi l’anno. Per noi è da sempre un plus su cui investire.

A parte qualche mese di fermo per il Covid, la richiesta di formazione è continua. Anche in piena pandemia abbiamo aperto un canale con i nostri clienti e con le persone che volevano formarsi e abbiamo organizzato delle **lezioni online**. Certo seguirle sul posto è meglio, ma abbiamo occupato gli spazi anche tecnologici e qualcuno ha aderito, soprattutto tra i più giovani. Sono molto fiducioso. Più torrefattori avranno voglia di mettersi a disposizione nel racconto e nella conoscenza del mondo del caffè, più la categoria dei bravi baristi crescerà. Noi ci crediamo.

Oggi in Trismoka la formazione è il primo argomento che proponiamo a tutti i nuovi clienti. Vogliamo far capire che non basta acquistare un buon prodotto, per chi è barista deve saperlo valorizzare. **9 nuovi clienti su 10**, fanno un corso di formazione, prima di installare l’attrezzatura.”

Questione Unesco: che cosa ne pensa di questo possibile riconoscimento?

“Credo che questa iniziativa possa essere molto interessante sia in termini di promozione del prodotto espresso che per un percorso di miglioramento della qualità.”

Uberti, prossimi progetti Trismoka?

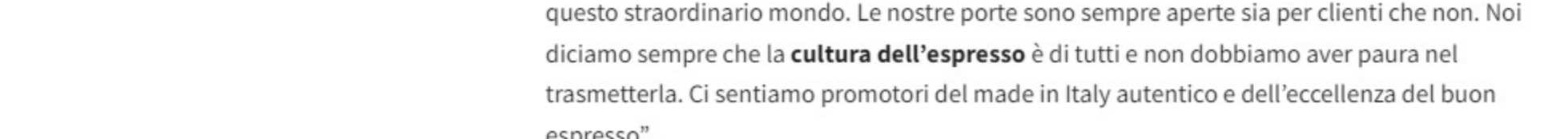
“L’ampliamento della rete vendita, con **eventuali acquisizioni**. Siamo in una fase in cui abbiamo voglia di crescere. Abbiamo potenzialità e mentalità giusta per una buona crescita basata sulla qualità di uomini e prodotto.

Gli uomini sono la risorsa più importante di un’azienda, devono essere formati, e devono avere passione per quello che fanno. Non basta più un brand.”

TAGS Paolo Uberti Trismoka

Share f t w in

Articolo precedente
Parla Matteo Caruso di Tazze Pazzo a Genova: “Specialty? Va oltre perché...”



Dalle parole ai fatti.

SCOPRI DI PIÙ
PELLINI



Ultime Notizie

Uberti, Trismoka: “Capsule compostabili e biodegradabili, presto delle acquisizioni”
23 Febbraio 2022

Parla Matteo Caruso di Tazze Pazzo a Genova: “Specialty? Va oltre perché...”
23 Febbraio 2022

STOP BURNED COFFEE

Jde Peet’s: le vendite del numero uno pure play al mondo oltre 17 miliardi
23 Febbraio 2022

del 1902 demus
l’arte del decaffeinare

Candidati possono...
Pubblicità