

BWT
water + moreBESTAQUA ROC
COFFEE
Presto solo il meglio.

HOME NOTIZIE ▾ EVENTI ▾ TREND&MERCATI ▾ INDUSTRIA ▾ MERCATO ▾ SALUTE ▾ TECNOLOGIA E TECNICA ▾ CACAO ▾ TÈ INFUSI

NOTIZIE ESCLUSIVA INTERVISTE CAFFÈ TORREFATTORI

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](#) [g](#) [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

MILANO – Eccellenza della bevanda, formazione dall'operatore al consumatore finale, ricerca della qualità è ovviamente, la passione: tutto questo e molto altro sono i pilastri fondanti di Caffè Trismoka, torrefazione bresciana con sede a Paratico che da anni spinge verso un consumo più consapevole della tazzina, partendo dall'educazione di chi dietro il bancone deve saper valorizzare una materia prima già selezionata e tostata nel migliore dei modi. Di questo, dei campionati nazionali baristi, del contest critico che ora tutto il settore sta affrontando, abbiamo discusso con il patron di Trismoka, **Paolo Uberti**.

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 poteva 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.

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 tendeva quasi all'azzurrino, 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.

Noi di Trismoka siamo i primi appassionati e così è semplice insegnare e far entrare chiunque in questo straordinario mondo. Le nostre porte sono sempre aperte sia per clienti che non. Noi diciamo sempre che la **cultura dell'espresso** è di tutti e non dobbiamo aver paura nel trasmetterla. Ci sentiamo promotori del made in Italy autentico e dell'eccellenza del buon espresso".

Come è il momento tra verde alle stelle, costi dell'energia e pandemia?

"Il momento è particolarmente complesso. Notoriamente il mondo dell'alimentare soffre meno rispetto a tutti gli altri settori. Con la pandemia si è venuta a verificare una situazione diversa: una parte di questa industria, chi opera con la **gdo**, non ha sofferto e anzi ha accresciuto le proprie vendite; dall'altra, quelle che operano nel mondo dell'horeca, si sono evidenziate notevoli diminuzioni nel fatturato causa la chiusura forzata degli esercizi pubblici di bar, ristoranti e altro.

Ma non finisce qui per Trismoka e la sua attività nel mondo della cultura del caffè. Ogni anno, in provincia di **Brescia**, **Bergamo** e parte del milanese, organizziamo la **Trismoka Challenge** all'interno di Golositalia Montichiari: per circa sei mesi collaboriamo con quasi tutti gli Istituti alberghieri di queste aree. Scegliamo i migliori studenti insieme agli insegnanti e vengono in azienda e imparano sporcandosi le mani. Alla fine di gennaio, valutiamo i 12 migliori studenti che poi competono per tre giorni, in diretta televisiva sulla rete regionale Telelutto e eleggiamo il migliore studente. Per noi questo è un momento molto particolare, dedicarsi ai ragazzi ci riempie di soddisfazione e quando vediamo genitori e nonni con le lacrime, ci sentiamo importanti e comprendiamo che stiamo facendo qualcosa di veramente utile. Per alcuni di loro diventa poi la professione della vita.

Noi di Trismoka siamo i primi appassionati e così è semplice insegnare e far entrare chiunque in questo straordinario mondo. Le nostre porte sono sempre aperte sia per clienti che non. Noi diciamo sempre che la **cultura dell'espresso** è di tutti e non dobbiamo aver paura nel trasmetterla. Ci sentiamo promotori del made in Italy autentico e dell'eccellenza del buon espresso".

Come è il momento tra verde alle stelle, costi dell'energia e pandemia?

"La pandemia ha evidenziato un forte sviluppo dell'e-commerce che ha registrato un boom pazzesco e ancora oggi resta importante. La gente si è abituata ad acquistare per casa capsule in plastica o in alluminio. La sostenibilità non può però essere solo per i bei discorsi e per i buoni propositi. Oggi si ha la possibilità di acquistare capsule compostabili e biodegradabili e quindi dovremmo far seguire le parole a fatti. Aiutiamo le aziende che investono in sostenibilità a crescere. E quindi scegliamo compostabile.

Trismoka ha preso questa direzione. Abbiamo lanciato proprio durante il lockdown le nostre capsule compostabili e biodegradabili compatibili Nespresso in due gusti, Sublime e Cremoso. La gente purtroppo fa ancora fatica a optare per queste soluzioni più costose, seppure più sostenibili. Ma noi orgogliosamente manteniamo la nostra linea di condotta. Le nostre capsule stanno andando bene, ma dobbiamo insistere. Scegliere compostabile significa spendere qualcosa in più ma guardare ad un domani migliore."

Lei è membro attivo da anni di Unionalimentari, la federazione che fa capo a Confapi Piccola e media industria, delle aziende alimentari, alla quale aderiscono numerose torrefazioni italiane, di cui è già il tesoriere. Che cosa vuole dire per i torrefattori italiani la sua presenza all'interno di un'organizzazione capillare come è Unionalimentari?

"Far parte di Unionalimentari, verticale di Confapi, significa avere a disposizione dei collaboratori e dei dipendenti preparati, che conoscono le normative, che siedono ai tavoli istituzionali e ministeriali, sulla salute e sugli alimenti. Significa poter contribuire a migliorare normative e proporre modifiche a leggi, significa contribuire ad un miglioramento dell'intera categoria, significa sedersi per la trattazione del contratto nazionale. Io faccio il mio dovere per rappresentare bene tutta Unionalimentari e sono naturalmente sensibile ai temi legati alla torrefazione, come è successo ultimamente con l'acrilamide o con le pratiche sleali. Se qualche torrefattore ha voglia di darsi da fare è il benvenuto. Per fare rete."

Che cosa ci dice della formazione dei baristi, che negli ultimi anni è diventata un'attività molto sentita dai torrefattori, che hanno aperto diversi campioni, ha inventato dal nulla nuove formule di gare. Novità in vista?

"Oltre ad aver contribuito a rendere importante il campionato italiano baristi, Trismoka è tra gli ideatori e organizzatori della Milano Latte art challenge che si svolge solitamente ogni due anni all'interno di Host a Milano. Per questo evento, abbiamo deciso di raggruppare i migliori baristi al mondo nella latteart nel nostro stand di 200 metri, in una competizione "one to one" molto interattiva e coinvolgente. Una sfida che ormai portiamo avanti da sei/sette anni.

Ma non finisce qui per Trismoka e la sua attività nel mondo della cultura del caffè. Ogni anno, in provincia di **Brescia**, **Bergamo** e parte del milanese, organizziamo la **Trismoka Challenge** all'interno di Golositalia Montichiari: per circa sei mesi collaboriamo con quasi tutti gli Istituti alberghieri di queste aree. Scegliamo i migliori studenti insieme agli insegnanti e vengono in azienda e imparano sporcandosi le mani. Alla fine di gennaio, valutiamo i 12 migliori studenti che poi competono per tre giorni, in diretta televisiva sulla rete regionale Telelutto e eleggiamo il migliore studente. Per noi questo è un momento molto particolare, dedicarsi ai ragazzi ci riempie di soddisfazione e quando vediamo genitori e nonni con le lacrime, ci sentiamo importanti e comprendiamo che stiamo facendo qualcosa di veramente utile. Per alcuni di loro diventa poi la professione della vita.

Noi di Trismoka siamo i primi appassionati e così è semplice insegnare e far entrare chiunque in questo straordinario mondo. Le nostre porte sono sempre aperte sia per clienti che non. Noi diciamo sempre che la **cultura dell'espresso** è di tutti e non dobbiamo aver paura nel trasmetterla. Ci sentiamo promotori del made in Italy autentico e dell'eccellenza del buon espresso".

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 esser formati, e devono avere passione per quello che fanno. Non basta più un brand."

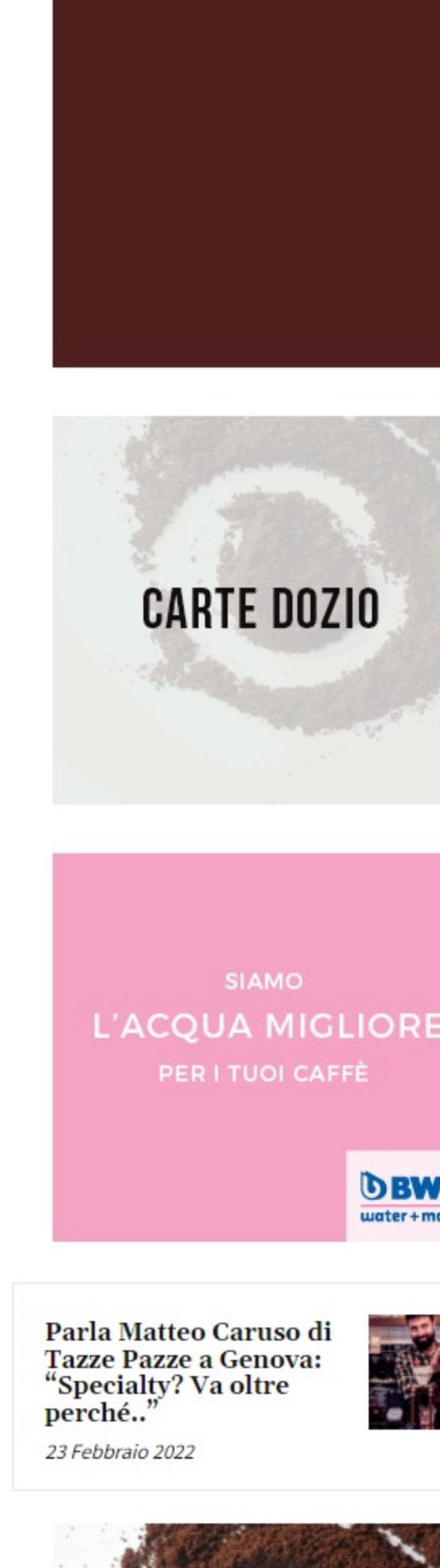
Articolo precedente

Parla Matteo Caruso di Tazze Pazzo a Genova: "Specialty? Va oltre perché..."

23 Febbraio 2022

Dalle parole ai fatti.
SCOPRI DI PIÙ

PELLINI

**Ultime Notizie**

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

23 Febbraio 2022



Carte Dozio



Parla Matteo Caruso di Tazze Pazzo a Genova: "Specialty? Va oltre perché..."

23 Febbraio 2022



Jde Peet's: le vendite del numero uno pure play al mondo oltre i 7 miliardi

23 Febbraio 2022



STOP BURNED COFFEE



Parla Matteo Caruso di Tazze Pazzo a Genova: "Specialty? Va oltre perché..."

23 Febbraio 2022



I prodotti Trismoka, (foto concessa da Paolo Uberti)

Oltre ad aver contribuito a rendere importante il campionato italiano baristi, Trismoka è tra gli ideatori e organizzatori della Milano Latte art challenge che si svolge solitamente ogni due anni all'interno di Host a Milano. Per questo evento, abbiamo deciso di raggruppare i migliori baristi al mondo nella latteart nel nostro stand di 200 metri, in una competizione "one to one" molto interattiva e coinvolgente. Una sfida che ormai portiamo avanti da sei/sette anni.

Ma non finisce qui per Trismoka e la sua attività nel mondo della cultura del caffè. Ogni anno, in provincia di **Brescia**, **Bergamo** e parte del milanese, organizziamo la **Trismoka Challenge** all'interno di Golositalia Montichiari: per circa sei mesi collaboriamo con quasi tutti gli Istituti alberghieri di queste aree. Scegliamo i migliori studenti insieme agli insegnanti e vengono in azienda e imparano sporcandosi le mani. Alla fine di gennaio, valutiamo i 12 migliori studenti che poi competono per tre giorni, in diretta televisiva sulla rete regionale Telelutto e eleggiamo il migliore studente. Per noi questo è un momento molto particolare, dedicarsi ai ragazzi ci riempie di soddisfazione e quando vediamo genitori e nonni con le lacrime, ci sentiamo importanti e comprendiamo che stiamo facendo qualcosa di veramente utile. Per alcuni di loro diventa poi la professione della vita.

Noi di Trismoka siamo i primi appassionati e così è semplice insegnare e far entrare chiunque in questo straordinario mondo. Le nostre porte sono sempre aperte sia per clienti che non. Noi diciamo sempre che la **cultura dell'espresso** è di tutti e non dobbiamo aver paura nel trasmetterla. Ci sentiamo promotori del made in Italy autentico e dell'eccellenza del buon espresso".

Come è il momento tra verde alle stelle, costi dell'energia e pandemia?

"La pandemia ha evidenziato un forte sviluppo dell'e-commerce che ha registrato un boom pazzesco e ancora oggi resta importante. La gente si è abituata ad acquistare per casa capsule in plastica o in alluminio. La sostenibilità non può però essere solo per i bei discorsi e per i buoni propositi. Oggi si ha la possibilità di acquistare capsule compostabili e biodegradabili e quindi dovremmo far seguire le parole a fatti. Aiutiamo le aziende che investono in sostenibilità a crescere. E quindi scegliamo compostabile.

Trismoka ha preso questa direzione. Abbiamo lanciato proprio durante il lockdown le nostre capsule compostabili e biodegradabili compatibili Nespresso in due gusti, Sublime e Cremoso. La gente purtroppo fa ancora fatica a optare per queste soluzioni più costose, seppure più sostenibili. Ma noi orgogliosamente manteniamo la nostra linea di condotta. Le nostre capsule stanno andando bene, ma dobbiamo insistere. Scegliere compostabile significa spendere qualcosa in più ma guardare ad un domani migliore."

Lei è membro attivo da anni di Unionalimentari, la federazione che fa capo a Confapi Piccola e media industria, delle aziende alimentari, alla quale aderiscono numerose torrefazioni italiane, di cui è già il tesoriere. Che cosa vuole dire per i torrefattori italiani la sua presenza all'interno di un'organizzazione capillare come è Unionalimentari?

"Far parte di Unionalimentari, verticale di Confapi, significa avere a disposizione dei collaboratori e dei dipendenti preparati, che conoscono le normative, che siedono ai tavoli istituzionali e ministeriali, sulla salute e sugli alimenti. Significa poter contribuire a migliorare normative e proporre modifiche a leggi, significa contribuire ad un miglioramento dell'intera categoria, significa sedersi per la trattazione del contratto nazionale. Io faccio il mio dovere per rappresentare bene tutta Unionalimentari e sono naturalmente sensibile ai temi legati alla torrefazione, come è successo ultimamente con l'acrilamide o con le pratiche sleali.

Se qualche torrefattore ha voglia di darsi da fare è il benvenuto. Per fare rete."

Che cosa ci dice della formazione dei baristi, che negli ultimi anni è diventata un'attività molto sentita dai torrefattori, che hanno aperto diversi campioni, ha inventato dal nulla nuove formule di gare. Novità in vista?

"Oltre ad aver contribuito a rendere importante il campionato italiano baristi, Trismoka è tra gli ideatori e organizzatori della Milano Latte art challenge che si svolge solitamente ogni due anni all'interno di Host a Milano. Per questo evento, abbiamo deciso di raggruppare i migliori baristi al mondo nella latteart nel nostro stand di 200 metri, in una competizione "one to one" molto interattiva e coinvolgente. Una sfida che ormai portiamo avanti da sei/sette anni.

Ma non finisce qui per Trismoka e la sua attività nel mondo della cultura del caffè. Ogni anno, in provincia di **Brescia**, **Bergamo** e parte del milanese, organizziamo la **Trismoka Challenge** all'interno di Golositalia Montichiari: per circa sei mesi collaboriamo con quasi tutti gli Istituti alberghieri di queste aree. Scegliamo i migliori studenti insieme agli insegnanti e vengono in azienda e imparano sporcandosi le mani. Alla fine di gennaio, valutiamo i 12 migliori studenti che poi competono per tre giorni, in diretta televisiva sulla rete regionale Telelutto e eleggiamo il migliore studente. Per noi questo è un momento molto particolare, dedicarsi ai ragazzi ci riempie di soddisfazione e quando vediamo genitori e nonni con le lacrime, ci sentiamo importanti e comprendiamo che stiamo facendo qualcosa di veramente utile. Per alcuni di loro diventa poi la professione della vita.

Noi di Trismoka siamo i primi appassionati e così è semplice insegnare e far entrare chiunque in questo straordinario mondo. Le nostre porte sono sempre aperte sia per clienti che non. Noi diciamo sempre che la **cultura dell'espresso** è di tutti e non dobbiamo aver paura nel trasmetterla. Ci sentiamo promotori del made in Italy autentico e dell'eccellenza del buon espresso".

Come è il momento tra verde alle stelle, costi dell'energia e pandemia?

"La pandemia ha evidenziato un forte sviluppo dell'e-commerce che ha registrato un boom pazzesco e ancora oggi resta importante. La gente si è abituata ad acquistare per casa capsule in plastica o in alluminio. La sostenibilità non può però essere solo per i bei discorsi e per i buoni propositi. Oggi si ha la possibilità di acquistare capsule compostabili e biodegradabili e quindi dovremmo far seguire le parole a fatti. Aiutiamo le aziende che investono in sostenibilità a crescere. E quindi scegliamo compostabile.

Trismoka ha preso questa direzione