

Studiare l'impresa, l'impresa di studiare
L'iniziativa promossa dall'Unione Industriali

Gli studenti dell'istituto Europa in visita allo stabilimento di Kimbo-Cafè do Brasil che si trova a Melito

Qualità e innovazione per la sfida del mercato

Scuola e lavoro

Carmela Maietta

Il piccolo ramo di seta che è adagiato sul tavolo del laboratorio è raffigurato nel pieno della sua produzione: i fiorellini bianchi simili a stelle, bacche come ciliegie rosse e scure, foglie allungate: potrebbe fare parte di un pieno titolo di una superba composizione floreale, non diresti mai che quel trionfo botanico è in realtà l'antefatto della tazzina di caffè. Eccoli i chicchi essiccati, il colore che ricorda quello del tè verde, raccolti in 2 vassoi. Non hanno ancora subito il processo della tostatura che li fa più gonfi e scuri, assumendo la tipica colorazione testa di moro. Siamo a Melito alla periferia di Napoli, nel Centro di controllo di qualità del caffè Kimbo, il marchio più noto di Café do Brasil che ha aderito al progetto di orientamento al lavoro «Studiare l'impresa, l'impresa di studiare»: i ragazzi dell'Istituto S. Europa di Pomigliano d'Arco sono qui per toccare con mano quanto possa portare lontano l'impegno di una famiglia, quella dei 3 fratelli Rubino che 50 anni fa, partendo da un piccolo bar ai Vergini, nel cuore di Napoli, hanno saputo creare un impero del

caffè, portando il marchio Kimbo in mezzo mondo.

I ragazzi sono accolti dallo staff del Centro di controllo qualità: Maria Cristina Tricarico, Gennaro Del Prete, Carmine Capitano che evidenziano le caratteristiche e le qualità della specie delle piante: l'Arabica e la Robusta. Un percorso lungo e complesso, soprattutto dal Sud America e dall'Asia, quello del chicco di caffè prima che approdi sulla nostra tavola: varie lavorazioni, poi la torrefazione intorno ai 230 gradi, la macinazione, la miscelazione. Un lungo lavoro perché, come volevano i fratelli Rubino, potissimo gustare un caffè cremoso, corposo, aromatico dal gusto equilibrato, dolce con una punta di cioccolato. Ma anche un caffè che tenesse conto delle varie esigenze dei consumatori: è così, a esempio, che nelle tazze della Campania arriva un caffè leggermente più tostato e, quindi, più scuro che consente di avere dal sapore più deciso. E sono gli assaggiatori quelli che danno il giudizio fi-



Il prodotto
Entrano in azienda 140 tonnellate di materia prima ne escono circa 120

nale: una procedura rigorosa che viene fatta quotidianamente sul prodotto del giorno precedente. Un lavoro che si affianca a quello del laboratorio chimico.

E si sente il rumore costante delle 5 torrefattrici, megastrutture in grado di tostare 400 chili di caffè, poco più lontano 17 enormi silos: una grande automazione, i pacchetti di macinato nei vari formati che scorrono veloci sui nastri: ogni giorno entrano circa 140 tonnellate di materia prima e ne



La visita Gli studenti dell'istituto Europa durante il tour nello stabilimento di torrefazione della Café do Brasil, l'azienda che produce il caffè Kimbo. La sede dell'impresa si trova a Melito NEWFOTOSUD, EMANUELA ESPOSITO



I bilanci
Segno positivo nei conti con il più 9%

Un'azienda, si fa rilevare, in controtendenza rispetto alla crisi generale e che fa registrare un segno positivo di quasi il 9 per cento. E d'altra parte i numeri parlano chiaro: il caffè Kimbo viene servito in oltre 1500 tra bar e ristoranti e più di 700 sono i punti vendita Autogrill. E anche nel canale «home» l'offerta è diventata massiccia con i Gold, i Classici, gli Aromi, senza contare i formati cialde e capsule.

escono 100/120 di prodotto finito. Ed è a tutto questo che si cerca di dare anche una visibilità adeguata non solo con campagne pubblicitarie con personaggi di forte impatto mediatico, ma anche attraverso una nuova figura professionale come lo shop manager che presta la sua professionalità nei vari punti vendita. È Antonio Ferrara ad illustrare ai ragazzi come lo shop manager operi soprattutto nei supermercati e nei centri commerciali dove la concorrenza con al-

tri prodotti in esposizione è a dir poco agguerrita. Ma a caso l'azienda ha deciso di presentare ai ragazzi questa figura professionale in un progetto di orientamento al lavoro: per un istituto, come l'Europa, dove anche la comunicazione è materia di studio, lo shop manager è l'espressione di una particolare forma di comunicazione mirata a sollecitare l'attenzione del consumatore. Il risultato, si fa rilevare, può essere sorprendente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I consigli

Fiamma bassa per la caffettiera e niente aggiunta di zucchero

È nella saletta degli assaggiatori che si può scoprire il segreto del caffè perfetto. I ragazzi dell'istituto Europa, che sono accompagnati dai professori Anna La Rocca e Gennaro Borriello, si predispongono intorno a un tavolo greviale dove gli assaggiatori, ogni giorno, valutano la qualità delle miscele. Cominciano dalla tazzina che alcuni bar propongono bollente, quasi ustionante, e altri fin troppo fredda. Come deve essere? Qui è tenuta a una temperatura media di 68-70 gradi che serve solo a mantenere il calore del caffè che in superficie deve assumere una colorazione nocciola e cremosa. Ma con la tazzina non è ancora finita: per mantenere costante la temperatura e imprigionare l'aroma non deve essere bassa e larga ma, al contrario, alta e stretta.

È importante anche il modo come si utilizza la caffettiera moka, quella ormai universalmente usata dal momento che per la napoletana occorre predisporre un vero e proprio rito. Non tentare di riempirla di acqua fino a farla strabordare: il livello dell'acqua non deve superare la valvola che segna il punto del filtro perché così si forma una camera di vapore che cattura tutto il sapore della miscela. Attenzione anche alla quantità di macinato: non bisogna mai dimenticare l'adagio che ammonisce che il troppo stroppia, quindi niente ostinate pressioni nel tentativo di insaccare quanta più polvere possibile, il risultato è solo quello di avere un vicioso retrogusto: occorre invece formare un cono leggero e chiudere facendo attenzione a non lasciare sul bordo strati di caffè.

Da abolire anche una certa abitudine che suggerisce di aggiungere qualche cucchiaino di zucchero per facilitare la «salita» del caffè: niente di più sbagliato perché quel corridoio formato dallo zucchero caramellato non fa che disperdere proprio quella che una delle più seducenti caratteristiche del caffè, l'aroma. Anche il calore ha la sua importanza, perciò nessuna fretta, il caffè ha bisogno dei suoi tempi per riscaldarsi: il fuoco deve essere moderato e la fiamma deve rientrare nei bordi della base della moka.

ca. ma.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Realizzata da Editalia, azienda del Gruppo Poligrafico e Zecca dello Stato

IL MATTINO
presenta
LA GRANDE
“STORIA
DEL MEZZOGIORNO”

per comprendere e non dimenticare le origini di una terra geniale

15 volumi (19 tomi) formato *in folio*
cm 30,5 x 21,5;
9124 pagine di testo e 1216 pagine fuori testo stampate su carta speciale marcata, appositamente prodotta dalle Cartiere Miliani Fabriano; 2.000 illustrazioni a colori e in bianco e nero; disponibilità solo 1.999 esemplari.

Condizioni di acquisto
Acquista l'opera compilando semplicemente la scheda di prenotazione scaricabile dal sito www.ilmattino.it, indicando l'ora ed i giorni in cui si preferisce essere contattati, e consegnala all'edicolante. Un operatore telefonico chiamerà per gli accordi relativi alla spedizione e alla forma di pagamento che si preferisce (in una unica soluzione o pagamento rateale). I volumi verranno recapitati, tramite corriere espresso, nell'arco di 4/5 giorni lavorativi. Il costo dell'opera, eccezionalmente, è di euro 499,00 (spedizione compresa).

PER ULTERIORI INFORMAZIONI E PRENOTAZIONI
TELEFONA ALLO 081 7947 240
dal lunedì al venerdì
dalle ore 9,00 alle 13,00 e dalle 14,30 alle 16,00

Distribuzione Marotta & Marotta