

IL BELLO DEL BUONO

Michela Di Carlo incontra Andrea Illy

«**M**I CAPITA spesso di predire la sensazione gustativa di un alimento o di una bevanda in funzione del suo aspetto visivo o anche scegliere il bar o il ristorante giusto in base alla sensazione che ne ho. Si chiama sinestesia». Esordisce così, parlando di sé, Andrea Illy, presidente e amministratore delegato di un'azienda che ha fatto del caffè una scienza, oltre che simbolo della migliore tradizione del "Made in Italy". L'imprenditore non ha dubbi, il buono e il bello per lui sono strettamente collegati. «Per me la sostanza ha anche una forma. I greci la chiamano kalokagathia secondo cui il gusto e la bellezza sono inseparabili: ciò che è buono non può che essere bello, e ciò che è bello non può che essere buono. La semplice degustazione di un elisir fantastico come il caffè, per esempio, riempie i sensi di stimoli estremamente piacevoli che spaziano dalle sensazioni gustative, visive e tattili, alla piacevolezza psichico-intellettuale dello stare insieme».

Sono sinestesico:
percepisco
insieme forma
e gusto
di un cibo.
Per me
come per i greci
bellezza e gusto
sono
inseparabili

A "mr. Caffè" brillano gli occhi quando parla del suo viaggio attorno al mondo dell'arte, del buon gusto, della qualità e della bellezza. La stessa della preziosa tazzina d'autore che tiene orgogliosamente tra le mani, sorseggiando il suo doppio espresso tra una domanda e l'altra. «Ci siamo posti l'obiettivo di rendere il caffè tanto buono quanto bello. A partire dal vestito, cioè la tazzina, l'esperienza diventa polisensoriale. La scienza del caffè serve a migliorare la qualità del prodotto alla ricerca dell'eccellenza. L'arte serve ad esaltare questa esperienza introducendo un canale percettivo in più, quello visivo». L'immagine dunque conta? «Sì, certamente. Penso per esempio alla cura nella presentazione di certi piatti o all'ambientazione di certi locali. Credo anche che lusso ed esperienzialità siano reciprocamente dipendenti. Nel senso che non c'è lusso senza consumo esperienziale e laddove c'è consumo esperienziale c'è un lusso implicito perché andiamo al di là della soddisfazione >>



Uno scienziato per il caffè

È il presidente e amministratore delegato dell'azienda di cui ha guidato l'internazionalizzazione, innovandone i processi, la cultura e la ricerca della qualità. Nato a Trieste nel 1964, Andrea Illy è laureato in Chimica e Master Executive presso la SDA-Bocconi di Milano. In illycaffè ha dato vita a diversi progetti come: l'Università del caffè, il centro di eccellenza con l'obiettivo di sviluppare e diffondere nel mondo la cultura del caffè, Espresso illy, la catena di bar monomarca in franchising, Metodo iperespresso, il nuovo sistema a capsule per la preparazione del caffè espresso.

Sinestesia è una parola coniata dal greco e indica l'attivazione contemporanea di due o più sensi (syn=insieme e aisthanomai=percepire).

dei bisogni primari, includendo la sfera dell'autorealizzazione». È questo che promette la illy experience? «Esattamente. Per consentire una fruizione completa dell'esperienza caffè, che coinvolga anche l'occhio e l'intelletto, illy ha scelto l'arte, la letteratura, la creatività come linguaggi attraverso i quali esprimere i propri valori e la propria filosofia. Tutto è iniziato nel 1992, con la prima collezione di tazzine d'artista, in cui l'estetica della tazzina si sposava con il caffè. Da quel momento, abbiamo creato un legame inscindibile con il mondo dell'arte, grazie soprattutto a mio fratello Francesco, l'artista di casa, aggiungendo sempre nuove occasioni d'incontro tra il bello e il buono».

Illy pesa bene le parole e studia le pause quando parla, quasi a voler invitare l'interlocutore a percorrere assieme a lui un viaggio nel gusto e nella bellezza. Dalle tazzine d'autore, la tavolozza bianca su cui gli artisti saranno poi chiamati ad esprimersi, che porta la firma del designer Matteo Thun, al logo ridisegnato dal mago della pop art, James Rosenquist, dal nuovo packaging dei barattoli al design minimal o neo pop delle macchine per l'espresso. «L'arte ha cominciato a contaminare anche i luoghi di consumo – prosegue – è nata così la catena dei bar "Espressamente illy," riuscendo a stimolare una domanda internazionale e sofisticata, per arrivare poi al progetto delle Gallerie illy con spazi a New York, Milano, Trieste, Istanbul e Berlino (l'ultima è stata inaugurata lo scorso 12 settembre a Londra, sotto la direzione artistica di Michelangelo Pistoletto. n.d.r.), la perfetta sintesi delle nostre espressioni nell'arte e nel campo della cultura del caffè. Oggi però – puntualizza – non possiamo

prescindere dalla ricerca dell'eccellenza anche attraverso l'etica e il rispetto dell'ambiente. Fare impresa significa anche impegno sociale rivolto a migliorare la qualità della vita dei nostri stakeholder». Il concetto di sostenibilità torna più volte durante la nostra conversazione. Non a caso, illy è stata la prima azienda al mondo ad aver ottenuto, il riconoscimento della Responsible supply chain process: un nuovo standard aperto alle aziende di tutti i settori che l'ente certificatore DNV (Det Norske Veritas) ha istituito per attestare la sostenibilità dell'azienda a trecentosessanta gradi lungo tutta la filiera produttiva. «Il concetto di qualità è centrale nella filosofia dell'impresa. Lo era già per me quando ero studente di chimica e facevo pratica in sala macchine o meglio esperienza nei laboratori dell'azienda per capire la nascita e la trasformazione del prodotto. Per perseguire un miglioramento continuo della qualità sono andato fino in Giappone a lezione di Total quality management. Un lavoro di standardizzazione di ogni singolo assaggio, ovvero 140 controlli di qualità che ci hanno permesso nel tempo di ottimizzare la ricetta del blend. Quasi un'analisi radiologica del caffè». Ed è proprio in Giappone che Andrea Illy sembra aver lasciato il cuore. «Viaggio soprattutto per lavoro, non ho molto tempo libero. Ma l'Oriente e i suoi rituali mi attirano sempre

molto. Mi piace soprattutto la cerimonia del tè in Giappone, che incarna un alto significato estetico, artistico e filosofico e la sua cucina, così sofisticata ma anche leggera. Pochi ingredienti, cotture semplici e delicate, capaci di esaltare le primizie. Quando sono a Milano mi piace andare da Zero oppure da Nobu».

Mi attirano molto l'Oriente e i suoi riti, come la cerimonia del tè in Giappone di cui adoro la cucina: pochi ingredienti, cotture semplici e delicate

