

## In viaggio col Mercante, alla scoperta del mondo del caffè

**Pubblicato:** Mercoledì 8 Novembre 2017



Una rubrica di viaggi? Una rubrica culturale? Una scoperta commerciale e culinaria? E' difficile definire **"In viaggio col Mercante"**, la rubrica che con questa pagina è in partenza su Varesenews, grazie ai documenti che ci fornirà **Giancarlo Samaritani**, direttore commerciale di Chicco d'Oro Italia.

Perché è tutto questo e molto altro ancora. Un grande viaggio nel lavoro di popolazioni che spesso ignoriamo ma che sono legati a doppio filo, quotidianamente, a noi fin dalla mattina: cioè ogni volta che sorseggiamo una tazzina di caffè.

Nella prima puntata di questa rubrica, abbiamo provato a chiedere direttamente all'autore dei video, delle immagini e dei racconti che leggeremo con cadenza regolare su Varesenews, contrassegnati dal tag **"In viaggio col mercante"**, come è nata questa idea.

### **"IN VIAGGIO COL MERCANTE" UNA RUBRICA PER SCOPRIRE UN MONDO DIETRO LA TAZZINA**

#### **Come è nata l'idea di una narrazione dei luoghi di produzione del caffè?**

«Come spesso avviene, è nata per caso: quando ho iniziato a lavorare nel mondo del caffè non ne sapevo nulla. Prima mi occupavo di argomenti tipicamente commerciali e finanziari. Dovendo cominciare ad entrare di un prodotto che conoscevo solo come consumatore, ho deciso di intraprendere un viaggio che potesse farmi scoprire come nasceva e si produceva il caffè. E da qui è iniziato tutto».

**I primi viaggi furono in America Latina:** «All’inizio andai al centro della Repubblica Dominicana, nella regione di El Cibao, dove ci sono piantagioni di caffè pregiato, e dove conobbi un italiano che lavorava là. Quel primo viaggio fu fulminante: è nata lì la voglia di raccontare. Grazie al cielo amo scrivere e condivido questa passione con mia moglie Silvia, appassionata fotografa e pittrice: per questo abbiamo deciso insieme di dare vita questo personaggio, “Il mercante di caffè”, e cominciare a raccontare.»

Un interesse sociologico e culturale, innanzitutto. I viaggi hanno messo infatti in secondo piano la parte commerciale: «A noi interessa la parte etnografica, sociale, economica. Per esempio, la differenza di metodo di lavoro dei contadini, che vivono sempre in condizioni difficili. Quando li filmiamo o fotografiamo, promettiamo loro di raccontare quello che ci raccontano: noi prendiamo le immagini di un lavoro che la maggior parte della gente ignora e le facciamo conoscere. Non siamo fotografi, né narratori professionisti: vogliamo semplicemente raccontare una storia che la gente non conosce, e che noi abbiamo visto. Non le nascondo che questo è anche uno strumento di marketing, ma credo che le dia l’idea di come intendo il marketing dell’azienda».

## I TRE MODI DI BERE UN CAFFÈ

«**Ci sono diversi modi per bere un caffè** – spiega Samaritani – Il più diffuso è **inconsapevole**: si va al bar e non si sa nemmeno da dove arriva o cosa si sta bevendo. Qualcuno però **lo degusta**, ne coglie profumi e sapori: e questo è un secondo modo, più interessante. Per me ne esiste un terzo: quello di **immaginarsi**, attraverso i profumi che il caffè emana e gli aromi della tazzina, **i posti che evoca**: una foresta, il volto rugoso di un contadino, le piante. Questo è il terzo modo, e sarebbe un modo bellissimo per dividerlo».

In realtà molti, quando bevono il caffè, non vanno oltre a quella tazzina: «Infatti, se chiede dove è prodotto il caffè, per esempio, al massimo le verrà risposto che si produce in **Brasile**. Quando poi però spieghi che il secondo paese produttore al mondo è il **Vietnam**, la curiosità comincia...»

## “IN VIAGGIO COL MERCANTE” FARA’ TAPPA IN TUTTO IL MONDO

«Non andremo in Vietnam o in Brasile: quelli sono posti di cui si parla già abbastanza, e sono già note per le distese di piantagioni di caffè. Diciamo che non sono posti che stimolano la curiosità. Andremo piuttosto in **Togo, Ghana, Costa d’Avorio**: l’Africa occidentale, quella del voodoo. Ma andremo anche in **Burkina Faso, Mali, Etiopia** – che poi è la patria del caffè – **Uganda e Madagascar**».

Tappe sono state anche il **Marocco, la Tunisia, l’Algeria, la Turchia**: dove non si produce ma si consuma il caffè, e dove l’Impero Ottomano ha custodito per secoli il suo segreto. «Andremo anche in **India**, e negli ultimi viaggi ci siamo spostati nell’estremo oriente: in **Laos** ci sono piccole coltivazioni pregiatissime, ma anche in **Indonesia**, dove c’è il caffè più costoso al mondo dalla particolare produzione... Quest’anno siamo stati in **Birmania**, al confine con lo **Yunnan**, dove oltre al tè c’è anche del pregiatissimo caffè».

L’America latina è quella dei primi viaggi: «Paesi come **Perù, Repubblica Dominicana e El Salvador** sono stati tra i primi che abbiamo raggiunto. Ma l’idea di raccontare e documentare i nostri viaggi è arrivata poco a poco, e di quei primi viaggi ci resta un numero inferiore di documenti».

## CHICCO D’ORO, UNA STORIA DI CONFINE

**Come è nata Chicco d’oro, che è un marchio notissimo tra “gli italiani di frontiera”?**

«Chicco d’Oro è una azienda svizzera nata nel 1949, dove tuttora ha la sua sede principale e unica per quanto riguarda la lavorazione. La sua nascita è nell’immediato dopoguerra, in una torrefazione piccola e artigianale. Nel tempo però è diventata una grande azienda e adesso è leader del settore nel Paese. Il

luogo piu logico dove espandere l'azienda, che ha sede vicino a Chiasso, era l'Italia, e da qui è nata la sede italiana di Cadorago, che dirigo».

### **Una azienda ancora familiare...**

«Si affaccia alla terza generazione, che è già presente in azienda anche se la direzione è ancora appannaggio dalla seconda generazione. Io invece mi sono sempre occupato della parte commerciale fino nel 2004, finché ha dato vita a Cadorago, in provincia di Como, all'ufficio commerciale italiano».

### **La sede italiana è un modo per espandersi nella patria europea del caffè?**

«Lo è dal punto di vista culturale. Dal punto di vista quantitativo, a dire la verità questo è un pregiudizio. **Il maggior consumatore europeo di caffè è la Finlandia**: lì si consumano 14 chili pro capite di caffè, mentre in Italia non raggiungiamo nemmeno i 6 chili. Noi siamo davanti solo a Grecia e Portogallo. La Svizzera, per consumo pro capite, è sopra di noi in classifica».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it