

Formazione: Bloom Coffee School di Imperator insieme all'istituto professionale Galdus (di Milano)

20250624173738caffe-de81b532

Non basta più saper servire un buon caffè. È necessario comprenderlo, rispettarlo e **raccontarlo attraverso la formazione di professionisti consapevoli, competenti e capaci di dare dignità al prodotto**. È con questa visione che [Imperator](#) e **Bloom Coffee School**, il suo centro di formazione dedicato al caffè, hanno avviato una collaborazione con **l'Istituto professionale Galdus di Milano**, per portare nei percorsi scolastici un nuovo modello educativo: il caffè come cultura e narrazione, non solo come prodotto.

*«Abbiamo bisogno di operatori che siano soprattutto narratori, di baristi che siano anche esploratori sensoriali, di professionisti che sappiano riconoscere, raccontare e valorizzare il lavoro dei produttori, dei torrefattori, dei formatori - sottolinea in una nota stampa **Alberto Polojac, responsabile qualità Imperator e direttore di Bloom Coffee School** -. Con Galdus stiamo costruendo un percorso che unisce tecnica e racconto, operatività e conoscenza. Un primo passo per una figura che mancava: lo storyteller del caffè».*

Il programma di formazione, sviluppato seguendo gli standard internazionali **SCA (Specialty Coffee Association)** per i moduli base e intermedio, si concentra **sul caffè verde e abbraccia tutte le fasi della filiera**. L'iniziativa rappresenta un impegno concreto per rivedere e valorizzare la materia dalla base, offrendo agli studenti competenze specialistiche spendibili nel mercato del lavoro.

«Il caffè è un pilastro fondamentale della nostra cultura e del nostro sistema economico, eppure nelle scuole alberghiere viene spesso relegato a materia secondaria - spiega Alberto Polojac - È fondamentale che gli istituti comprendano l'importanza di valorizzare la conoscenza della materia prima di insegnare il servizio. Solo chi conosce davvero il caffè può servirlo con competenza».

Durante il corso, l'ultimo concluso a metà giugno, si sono affrontati i **temi della selezione delle materie prime, della conoscenza approfondita delle diverse tipologie di piante di caffè, delle tecniche estrattive alternative e tradizionali, dei processi di analisi sensoriale e tostatura professionale, sostenibilità, tracciabilità EUDR, ma anche elementi di marketing strategico e digitale per sostenere la comunicazione a tutto tondo.** Inoltre, attraverso figure professionali formate in modo completo, **il cliente impara a riconoscere la qualità, a chiedere trasparenza, a scegliere con più attenzione cosa bere e dove bere.** La formazione, così, non resta chiusa tra le mura del settore: diventa parte di una cultura condivisa, che restituisce valore all'intera filiera e crea un pubblico più esigente, informato e rispettoso.

«Restituire dignità al caffè significa andare oltre la tazzina da un euro, diventata ormai anacronistica rispetto alla realtà che stiamo vivendo - prosegue Polojac -. Significa investire nelle persone che lo servono ogni giorno, aiutandole a diventare interpreti di una tradizione secolare in continua evoluzione». Un'analisi approfondita andrebbe anche svolta sull'**impatto economico del caffè nella ristorazione.** *«Il caffè rappresenta uno dei margini di profitto più significativi per bar, ristoranti e hotel, evidenzia. Formare professionisti competenti significa dare al settore gli strumenti per massimizzare questo potenziale economico»,* conclude Polojac