Da Vienna a Trieste (e poi al mondo): l'anima cosmopolita del caffè

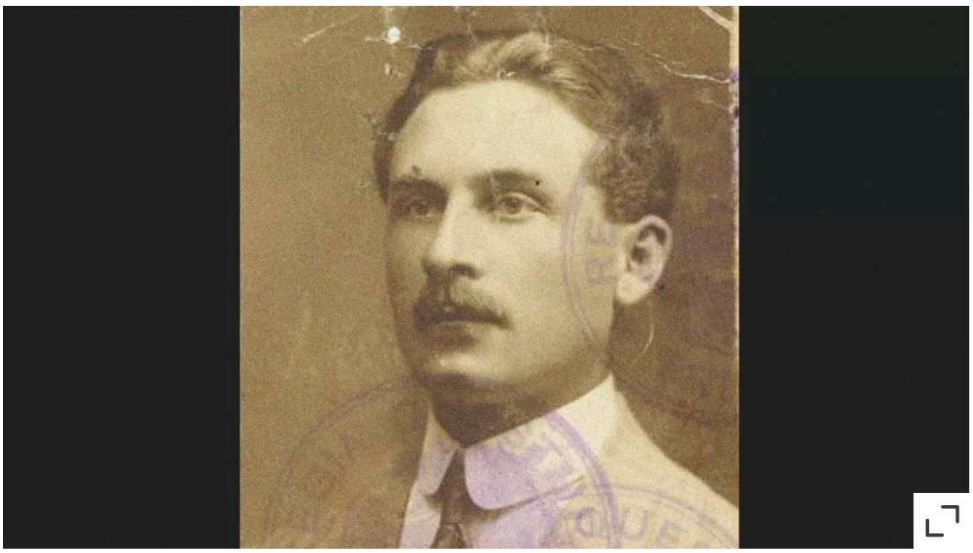
di Eleonora Cozzella

La lunga storia di Illy, dai primi brevetti ai progetti etici: così è diventato un simbolo dell'italian style. *Seguici anche su Facebook*

11 DICEMBRE 2020 | 5 MINUTI DI LETTURA

Alcuni uomini sono legati in modo indissolubile a un luogo per nascita. Altri ancora per scelta, perché se ne sono innamorati. Ma non per questo le loro radici sono meno profonde, stabili, ramificate. Tra questi possiamo sicuramente contare Francesco Illy. Figlio di un falegname, era nato nel 1892 a Timisoara, oggi in Romania ma all'epoca in Ungheria, e a soli 16 anni si trasferì in cerca di fortuna a Vienna, che in quegli anni era una delle capitali commerciali e culturali d'Europa.

Proprio nei locali viennesi, di quelli che andavano tanto di moda, conobbe il caffè. E rimase folgorato da quella "acqua negra", la "bevanda della lucidità" che, arrivata nel continente nel 1600 dai paesi arabi (e per questo inizialmente considerata invenzione di Satana) aveva ottenuto la benedizione di Papa Clemente VIII, che ne era estimatore, e si era diffusa ovunque nelle grandi città.



Dopo la Prima guerra mondiale, Francesco, che era stato arruolato nell'esercito austroungarico, si ferma a Trieste. La sceglie come sua patria perché qui ha trovato i tre amori della sua vita: la città, che lo ha colpito al cuore con il suo fascino; il caffè, servito nei bar storici dove si riuniva l'intellighenzia; Doris, che sarebbe diventata sua moglie e con la quale avrebbe creato la famiglia e Illycaffè.

Così chiede la cittadinanza italiana e inizia a commercializzare spezie, cioccolato e i preziosi chicchi esotici. Trieste, centro dalla vocazione cosmopolita, era il luogo ideale per un uomo che aveva viaggiato tanto, che parlava molte lingue e si sentiva e cittadino del mondo.

All'inizio è una piccola società, la Illy-Hausbrandt, formata nel 1933 con il socio con cui otterrà il brevetto della pressurizzazione, già nel 1934: si tratta del sistema di confezionamento a "pressurizzazione con gas inerte", per la conservazione degli aromi del caffè all'interno del barattolo.

Instancabile sperimentatore, nel 1935 deposita il brevetto ingegneristico di ***Illetta***, la nonna delle macchine per l'espresso professionale. Francesco aveva "capacità creative e realizzative fuori dal comune" (come racconta Andrea Illy nel suo libro "Il sogno del caffè"). Ecco allora ingegnarsi per presentare al meglio il suo amato caffè. Certo, esistevano già altre macchine, ma adottavano una tecnica equivalente a quella della moka: surriscaldavano l'acqua e poi con la pressione del suo vapore la spingevano attraverso il pannello dove si trovava il filtro. Il problema? L'acqua, troppo calda, finiva per bruciare e rendere troppo amaro il caffè e inoltre la poca pressione impediva di estrarre gli aromi, restituendo un liquido per così dire annacquato.

Sperimentando si rese conto che, a temperature più basse, la bevanda ottenuta era meno amara e molto più profumata. Rimaneva però da risolvere il problema della pressione, garantita dal vapore dell'acqua in ebollizione. La soluzione non poteva arrivare dall'interno perché la massima temperatura raggiungibile che consentisse allo stesso tempo di salvaguardare l'aroma era 90°C.

La mossa vincente fu un compressore d'aria regolabile che fornisse la pressione desiderata: così nasce la celebre Illetta. Era poco più di un prototipo, bisognava aspettare molto tempo per la diffusione commerciale. E considerando che nel frattempo sopraggiunge la Seconda guerra mondiale, la pionieristica invenzione fu accantonata: le difficoltà economiche erano talmente tante che a volte si doveva tostare la cicoria al posto del caffè, figurarsi se c'era la possibilità di concentrare energie e denaro su un apparecchio costoso che non avrebbe trovato larga diffusione. Certo è che il brevetto della Illetta ha gettato il seme della strategia di innovazione aziendale che dagli anni 80 ha dato poi i suoi frutti. Intanto nel '39 l'azienda si espande con la prima sede estera in Svizzera.

Nel 1947, Ernesto, figlio del fondatore, entra in azienda e fa subito valere la sua laurea in chimica realizzando il primo laboratorio chimico aziendale, creando anche sinergie scientifiche con istituzioni internazionali e già nel '57 il nuovo reparto di produzione sforna prodotti come il barattolino per il consumo domestico, che diventerà vera icona: tondo, più piccolo, anche con il caffè macinato. E, mentre nel 1962 si apre una nuova filiale in Olanda, illycaffè si trasferisce nell'attuale sede di via Flavia. Il sogno del fondatore continua: Ernesto Illy punta ora allo sviluppo internazionale.

Negli anni 60 tuttavia le strade dei due soci si dividono, un divorzio consensuale che non spegne, anzi sembra ancor più stimolare le idee innovative dell'azienda. Che al contempo sviluppa ancor più chiara la sua missione che va oltre il business: "La funzione dell'impresa industriale è fondamentale e irrinunciabile, ma la sola prospettiva economica non può bastare a legittimarne l'operato, dovendo essere integrata con il rispetto dell'uomo, della comunità e dell'ambiente". Sono le parole di Ernesto Illy in un discorso del 1976, in cui pone le basi dell'impegno alla sostenibilità sociale e ambientale, – che poi sarebbe diventata per molti imprenditori in molti altri settori una linea di condotta – a cui l'azienda di Trieste ha sempre portato massimo rispetto. Non un atteggiamento di facciata, ma un vero credo. A testimoniarlo un viaggio che in quegli anni Ernesto e un allora giovanissimo Andrea fecero per andare a trovare Brian Arthur, economista noto per aver formulato la teoria dei rendimenti crescenti.

Ernesto, che di solito era una roccia, nello spiegare ad Arthur quello che desiderava si commosse: voleva capire come poteva fare per distribuire al meglio la ricchezza tra i paesi che consumano caffè e quelli che lo producono, raccontando le condizioni di vita dei contadini che definì inaccettabili. Così, guidata dalla visione del fondatore, la famiglia Illy ha portato avanti il lavoro, sviluppando in parallelo l'attenzione alla qualità del prodotto, il rapporto con i coltivatori, con pratiche agronomiche migliorative e la garanzia della giusta retribuzione, e la formazione del personale e del pubblico (si pensi all'Università del Caffè di Trieste, con 20 sedi in tutto il mondo).

Non a caso Illy è la prima azienda al mondo ad aver ottenuto nel 2011 la certificazione Responsible Supply Chain Process e dal 2013 è l'unica azienda italiana inserita nell'elenco delle World's Most Ethical Companies stilato da Ethisphere Institute.
Per questo nel 2019 sono diventati Società Benefit, per continuare a operare in modo trasparente (l'azienda pubblica il bilancio sul sito) integrando gli scopi economico-reddituali con aspetti di natura sociale e ambientale. Con un obiettivo: diventare carbon neutral entro il 2033, quando si celebreranno i 100 anni dalla fondazione. Il tutto racchiuso in un hashtag: #onemakesthedifference, il singolo può fare la differenza, attuando pratiche virtuose.

"Non c'è qualità senza sostenibilità", ha detto Andrea Illy, chairman di illycaffè, durante la sessione plenaria internazionale "Governi e imprese green nel nuovo contesto globale" degli Stati Generali della Green Economy, organizzati nell'ambito di Ecomondo. Illycaffè, ha spiega, "ha tre impegni statutari: sostenibilità delle filiere, dalla pianta alla tazzina; benessere e felicità per tutti gli stakeholder; economia circolare. E sono interdipendenti tra loro".

E al centro di tutto, esaltato dalle migliori tecnologie, resta sempre il caffè, una miscela di nove diverse Arabica, selezionate dai coltivatori dei migliori raccolti e torrefatte secondo la ricetta illy, per “un perfetto equilibrio tra il gusto acido e amaro, un profilo aromatico di grande ampiezza, un retrogusto prolungato dopo l’assaggio”.
Un gusto che nel mondo è diventato un piccolo mito, presente in oltre 140 paesi. Adesso l’obiettivo è l’espansione più massiccia negli Stati Uniti, grazie anche al fondo di private equity Rhone Capital, nuovo socio di minoranza, con una quota attorno al 20% per un controvalore economico di circa 200 milioni.

Certo la crisi dovuta al Covid 19 ha rallentato le vendite del consumo fuori casa. Per questo il piano è di rinforzare quello casalingo, attraverso soprattutto la trasformazione digitale e il potenziamento delle capsule: quelle per iperespresso, quelle aluminium compatibili, le cialde, le bevande al caffè, il solubile. Ma soprattutto Illy è diventato il simbolo dell’italian style, dell’espresso, o come lo chiamano a Trieste, del ‘nero’.

Non a caso c’è tutto un universo di prodotti collegati, come la linea di design di tazzine, tazze da cappuccino e mug, ogni anno create da un artista diverso. Per il 2020 è protagonista Stefan Sagmeister che firma una illy Art Collection come quadri su cui ha dipinto riflessioni su ciò che accade e sul futuro, colorandole di suggestioni grafico-visuali positive, di cui in periodo di pandemia di certo si sente il bisogno.