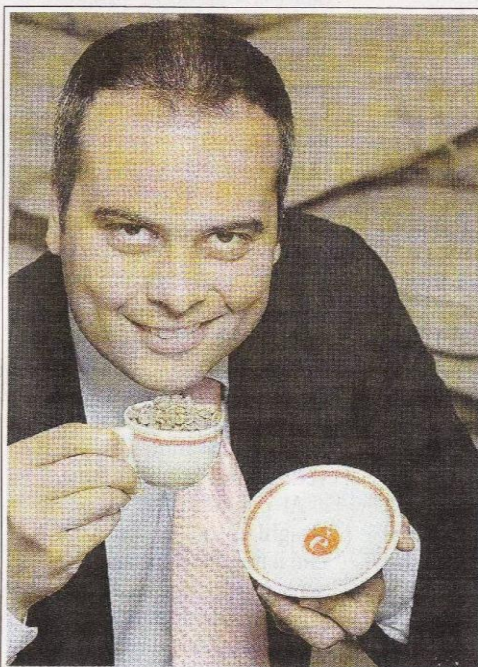


Torrefazione per 3.600 kg

Una miscela solo per 50 ristoranti top Aneri crea il caffè più caro al mondo

■ ■ ■ Una nuova sfida: produrre un caffè espresso unico, irripetibile. E, se vogliamo, anche il più caro al mondo, almeno nella vendita dal produttore. È quella lanciata dalla famiglia Aneri, che da anni alimenta la sua storia con prodotti d'eccellenza nel vino, nell'olio e, ovviamente, nel caffè. Ora il traguardo è stato raggiunto e il lancio avviene in onore dell'Expo. Sarà una produzione centellinata (3.600 kg di caffè torrefatto, un'inezia rispetto alle migliaia di tonnellate dei grandi marchi), destinata a clienti selezionati fra i più prestigiosi: 50 fra alberghi e ristoranti top, 30 in Italia e 20 nel resto del mondo, fra cui il ristorante dell'Hotel Armani e del Caffè Trussardi a Milano, il Castadiva sul lago di Como, lo Stresa di Parigi, il Balthazar di New York e l'Uzbekistan di Mosca, uno dei locali del famoso chef Novikov.

«Lo abbiamo cercato, selezionato e fatto nascere per pochi», racconta Alessandro Aneri che, con la sorella Stella, sta implementando l'attività avviata da papà Giancarlo, vulcanico fondatore del marchio di famiglia e di è-tricaffè, tutt'ora in prima linea. Un lavoro di ricerca cominciato due anni fa, facendosi accompagnare dalla Sandalj Trading Company, considerato il più prestigioso importato-



Alessandro Aneri

re di caffè italiano. «Insieme a Edy Bieker della Sandalj - precisa Alessandro - ci si è focalizzati nella ricerca di micro lotti di caffè dove la minima produzione viene finalizzata ad esaltare al massimo le qualità organolettiche». La ricerca è stata ristretta al Centro America, sono stati selezionati quattro micro lotti di quattro diversi produttori in altrettanti municipi del Nicaragua «che garantiscono una notevole tattilità, supportata da note aromatiche uniche e a volte inaspettate». Il tocco finale è arrivato con la scoperta e l'immediata scelta di un micro lotto «in un Paese e in una regione che vogliamo mantenere segreti: un caffè eccezionale con le sue note di cacao, le vene di zenzero e miele».

Questa eccezionale miscela è nata così, supportata da una straordinaria cura dei dettagli: per preservare al massimo la freschezza del caffè crudo, non sono stati utilizzati per la spedizione i classici sacchi di juta da 60 kg ma è stato confezionato in sacchetti sottovuoto da 15 kg ciascuno; la tostatura avviene nel solco della tradizione italiana più classica dell'espresso, utilizzando fuoco dolce derivato dalla combustione della legna d'acacia.

Solo 3.600 kg, come detto, per 50 clienti «che stavolta abbiamo selezionato noi e ai quali abbiamo chiesto di rispettare l'indicazione di 8 grammi di caffè per tazza», sottolinea Alessandro Aneri. E quanto verrà a costare una tazza? «Diciamo il doppio di quel che vien fatto pagare utilizzando caffè di grandi marchi». Intorno ai 4-5 euro, prezzo a cui gli stranieri sono già abituati.

G. ZUL