

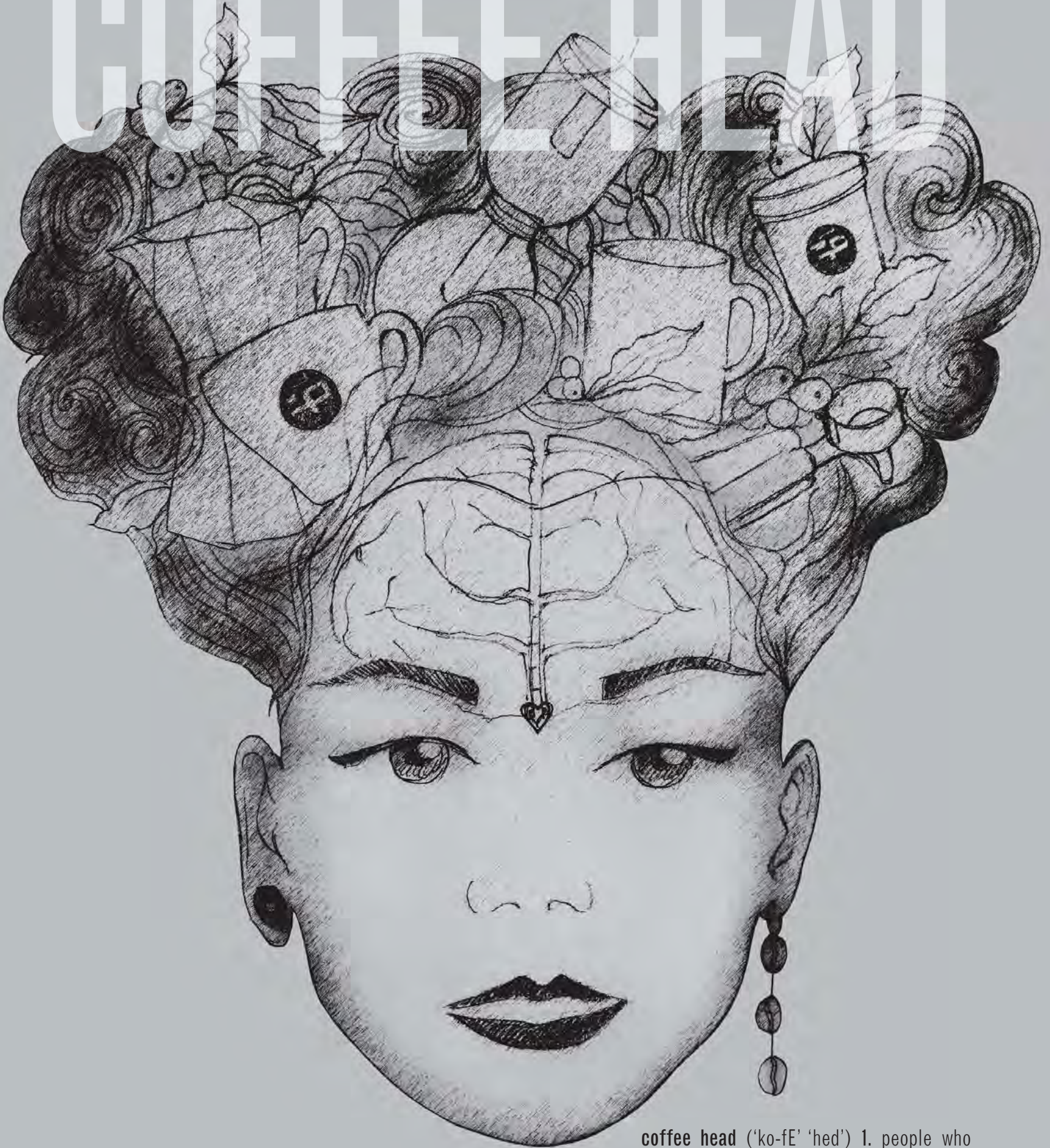
PASCUCCI

SEVERAL STORIES OF ART, CULTURE, TASTE AND OTHER THINGS

THE JUNGLE COFFEE



COFFEE HEAD



coffee head ('ko-fE' 'hed') 1. people who understand that life is too short to drink weak coffee 2. people who believe coffee is nature's greatest gift to the human species. 3. people who seek out great coffee, and once found, will drink in mass quantities.

PASCUCCI

VISUAL STORIES OF ART, CULTURE, TASTE AND OTHER THINGS

Redazione

Caffe Pascucci Torrefazione spa
Via Circonvallazione 16/A,
61010 Monte Cerignone (PU) - Italia
tel. 0541978524
e-mail: info@pascucci.it
www.pascucci.it



Direttore responsabile Giovanni Cioria
Ideazione Mario Pascucci
Collaboratori
Ufficio marketing Caffe Pascucci,
Staff Caffe Pascucci
Traduzioni Eurotrad-Urbino
Fotografie Archivio Pascucci, Archivio
PGXIII, Vittoria Arlotti, Enzo Brogгинi,
Massimo Mogiatti, Marco Onofri, Bren
Pailan Ortiz, Hanz Christian Sanchez

Progetto grafico e impaginazione
Ufficio grafico Caffe Pascucci
Stampa La Pieve Poligrafica Editore
Villa Verucchio s.r.l. Stampato su carta
Freelife Satin FSC



Registrazione presso il Tribunale di Rimini
n.° 13/97 del 21.8.1997
Numero Roc: 10.364

Pubblicità Ufficio marketing
Pubblicità inferiore al 45%
Si ringraziano tutti coloro che hanno
partecipato alla realizzazione di questo
numero.

**CONTAMINAZIONI
CONTAMINATION**

PAG. 2

COFFEE ROUND TRIP
I tratti distintivi della singola origine,
della miscela e dei caffè speciali /
the hallmarks of the single origin,
blended coffee and specialty coffees

PAG. 6

COFFEE HEART

PAG. 10

FORZA HAITI
di Tharistan Petion

PAG. 12

**JUNGLE COFFEE
THE TIGER VALLEY COFFEE**

PAG. 14

XLVI
Coffee Machine

PAG. 18

**COFFEE FOR EVERYBODY,
TASTE, PEOPLE**
An Eddy Righi joint

PAG. 24

SOLO BIO / ONLY ORGANIC

PAG. 30

CUP OF EXCELLENCE

PAG. 36

**RACCONTI DI GUATEMALA
GUATEMALA STORIES**
di Riccardo Gambuti

PAG. 40

IDEE / IDEAS

PAG. 44

**AMARE SEMPRE
LOVE ALWAYS**
Comunità Papa Giovanni XXIII

PAG. 46

WALL-E VISION

PAG. 50

**PROFUMO DI CAMELLIA
SCENT OF CAMELLIA**
di Iuri Grandini

PAG. 52

PASCUCCI STYLE

PAG. 56

**RICETTE / RECIPES
FRAPPO**

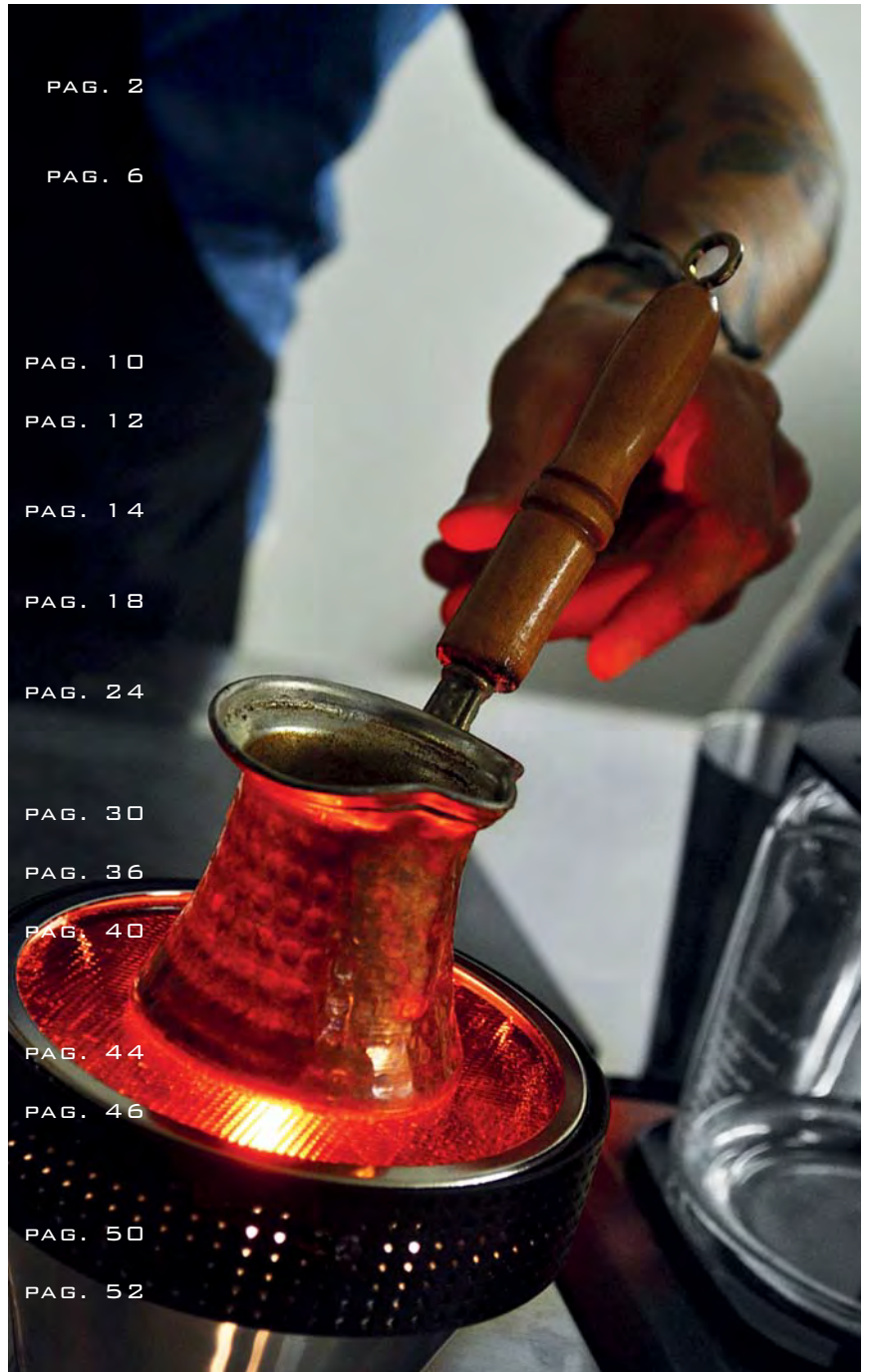
PAG. 58

TUTTI I COLORI DELLA MOKA

PAG. 60

PASCUCCI BIO

PAG. 62



CONTAMINAZIONI

CONTAMINATION



LA FUSIONE TRA COFFEE SHOP INTERNAZIONALE
E CAFFETTERIA ITALIANA

THE FUSION BETWEEN INTERNATIONAL COFFEE SHOPS AND ITALIAN COFFEE BARS



Contaminazioni: la fusione tra coffee shop internazionale e caffetteria italiana.

E' inevitabile, avverrà in breve tempo e produrrà qualcosa di veramente innovativo per il mondo del caffè.

Negli ultimi anni, l'innovazione per il pubblico esercizio riguardante il settore del caffè è stata introdotta soprattutto in nord Europa, in America, Australia, Giappone e Corea del sud. Mentre in questi paesi si è vissuta un'enfasi progressiva, Italia e sud Europa vivevano nelle proprie tradizioni dando l'idea di essere assopite.

Diciamo che se fino a due decenni fa tutte le caffetterie del pianeta erano "primitive" rispetto a quelle italiane, negli ultimi anni il resto del mondo ha visto una vera ondata di rinnovamento mentre l'Italia è rimasta ancorata al proprio pensiero, vivendo di certezze.

La più grande contaminazione di tutti i tempi nel mondo del caffè.

Escludendo quelli olandesi, che non si sa perché si chiamino così, i coffee shop con caratterizzazione internazionale, ad esclusione di alcuni pochi casi, presentano le stesse identiche caratteristiche pur essendo sotto insegna differente e in città che si trovano da un capo all'altro del mondo.

I segni distintivi sono pochi e semplici: ambiente giovanile, caffè sempre in primo piano, un bar list che indica le ricette in modo visibile e con differenti dimensioni e prezzi, pochi baristi al banco vestiti con divise informali, nessun cameriere, caffè estratto con macchine espresso e con il sistema filtro servito in grandi tazze o bicchieri da asporto. Una selezione di pasticceria e sandwich conosciuti in tutto il mondo (donuts, club sandwich, muffin, croissant, bagele farciti ecc. ecc.) esposti in una vetrina, quasi sempre self service, posizionata vicino ad una cassa, dove si paga, prima di ritirare il proprio caffè al banco, molto spesso servito su vassoi. Il tutto in un ampio spazio con sedute comode dove il cliente può stare in relax a chiacchierare o dare un'occhiata al tablet connesso al wi-fi gratuito.

Contamination: the fusion between international coffee shops and Italian coffee bars.

It is inevitable, it will happen quickly and it will produce something truly innovative in the world of coffee. In recent years, innovation in public establishments in the coffee sector has been introduced particularly in northern Europe, America, Australia, Japan and South Korea. Whilst these countries have experienced an increasing emphasis, Italy and southern Europe were living surrounded by their own traditions, giving the idea of being asleep.

Let's say that where up to two decades ago all the coffee bars on the planet were "primitive" compared with Italian ones, lately the rest of the world has seen a real surge of renewal while Italy has remained anchored to its thinking, living in the past.

The greatest contamination of all time in the world of coffee.

Excluding Dutch coffee shops, nobody knows why they are called so, all internationally characterised coffee shops, with the exception of a few cases, have the same characteristics, even though they have different signs and are located in towns at opposite ends of the world.

they have few and simple distinguishing marks: a young environment with coffee always in the foreground, a bar list which clearly indicates the blends with various sizes and different prices, only a few bartenders at the counter dressed in casual uniforms, no waiters, coffee extracted with espresso machines or with filter systems served in large cups or take away glasses. A selection of pastries and sandwiches known throughout the world (donuts, club sandwiches, muffins, croissants, stuffed bagels etc. etc.) on display in a glass case, almost always self-service, positioned next to a till, where you pay before collecting your coffee at the counter, often served on trays. All in a large space with comfortable seating where customers can relax and chat or look at their tablet connected to the shop's free Wi-Fi.



I caffè italiani sono invece di varie tipologie.

Partendo dai caffè più importanti, quei negozi che sono divenuti riferimento cittadino o addirittura i bar storici d'Italia che hanno contribuito a creare la storia del caffè nel mondo, schematizzando potremmo descriverli in questo modo: ambiente sempre elegante sia nell'arredo che nell'immagine del personale, un'idea di alta professionalità e attenzione al cliente, servizio al tavolo molto formale, ricette di caffetteria e pasticceria destinate ad un consumatore abituale (caffetteria e pasticceria importante ma tradizionale), bottiglie di vino e spumanti sempre in prima linea per essere serviti soprattutto in aperitivo con imponenti quantità di specialità culinarie.

I bar caffetteria più diffusi in Italia sono comunque molto meno impegnativi. Si caratterizzano un po' tutti per una abbondante vastità di prodotti serviti in ambienti dall'arredo tipico italiano (vetrine e banco bar molto grandi), un'abbondante quantità di prodotti lievitati e panini esposti (destinati alla colazione), ed un menu per la pausa pranzo, arricchito spesso con pasta e insalate. La macchina per caffè si perde nascosta da caramelle, vini, aperitivi, gelati e quant'altro, ma rimane sempre e comunque la protagonista della giornata lavorativa.

A breve, la diffusione di coffee shop avverrà anche nelle più grandi città del nostro paese. Il concetto che dall'Italia è partito e si è diffuso nel mondo tornerà in modo dirompente con il suo stile, che influenzerà soprattutto i più giovani.

Le più grandi catene di coffee shop internazionali stanno progettando con estrema attenzione il loro ingresso.

La fusione tra gli stili darà una smossa eccezionale e porterà una grande creatività. Ecco un elenco di cosa potrebbe accadere:

There are various types of Italian coffee bars.

Starting from the most important coffee bars, those which have become a town reference point or even Italy's historical bars which helped to create the history of coffee in the world, we could describe them this way: a constantly elegant environment both as concerns the furnishings and the staff's appearance, an idea of high professionalism and customer focus, a very formal table service, cafeteria and pastry recipes intended for habitual consumers (important but traditional cafeteria and patisserie),

wines and sparkling wines always at the forefront, to be served mainly as aperitifs with an imposing amount of culinary specialties. The most popular coffee bars in Italy are much less demanding. They are nearly all characterised by a hearty range of products served in typically Italian-style environments (large windows and bar counters), a large quantity of leavened bakery products and sandwiches on the counter (for breakfast), and a menu for lunch breaks, often enriched by pasta and salads. The coffee machine is hidden, surrounded as it is by candies, wines, cocktails, ice cream machines and so on, but it always remains the star of the workday.

Soon, coffee shops will also spread to the big cities of our country. The concept which was born in Italy and then spread around the world, will then return explosively with its style mainly affecting young people.

The largest international coffee shop chains are carefully planning their entrance onto the market. The fusion of styles will produce an exceptional tide and great creativity. Here is a list of what could happen:

1. The overall quality will rise both in international coffee bars and local cafes.
2. The entire coffee culture will grow both for operators and the public.



**RICETTIVITÀ ATTIVA DEL CAMBIAMENTO.
OGNI STRUTTURA È NEL SUO PICCOLO UN CIRCOLO
DI PERCEZIONE E MOVIMENTO.
IL CAMBIAMENTO HA DA SEMPRE UN CARATTERE VITALE.**

1. La qualità complessiva si innalzerà sia nei caffè internazionali che nelle caffetterie locali.
 2. La cultura complessiva sul caffè crescerà sia per gli operatori che per il pubblico.
 3. I caffè internazionali dovranno lavorare per migliorare lo standard del loro caffè espresso e saranno costretti a fare attenzione alla qualità delle ricette portate in Italia.
 4. Nascerà una nuova tipologia di consumatori che si avvicinerà al caffè da minore età.
 5. I caffè locali ampliaranno la propria offerta, apriranno la loro personale visione sui prodotti alternativi all'espresso e miglioreranno la propria conoscenza sui caffè.
 6. Cresceranno i consumi di bevande più lunghe e gli scontrini nel caffè potranno avere un importo maggiore.
 7. La qualità crescerà anche nel servizio e i corsi di formazione saranno all'ordine del giorno.
 8. Aumenteranno i momenti offerti al pubblico destinati alla conoscenza del caffè e delle sue origini.
 9. I consumi complessivi di caffè cresceranno soprattutto nel pubblico esercizio.
 10. Portando anche all'estero le esperienze italiane, i caffè internazionali contribuiranno ancora di più ad esportare prodotti e servizi italiani.
3. International coffee bars will have to work in order to improve the standard of their espresso and will be forced to pay attention to the quality of the blends imported into Italy.
 4. A new type of consumer will be born who will approach coffee at a younger age.
 5. Local coffee bars will expand the range of products they offer, they will provide their personal view on alternatives to espresso and thus improve their knowledge about coffee.
 6. The consumption of longer drinks will grow and the bills paid could be higher.
 7. Service quality will also improve, and training courses will always be on the agenda.
 8. There will be increased opportunities for the public to get to know coffee and its origins better.
 9. Overall coffee consumption will grow especially in public establishments.
 10. By exporting the Italian experience abroad, international coffee shops will contribute to spread Italian products and services even more.

Più grandi novità condizioneranno la tecnologia utilizzata, gli arredi e diverranno punto di riferimento per tutto il globo. Quello che ci possiamo aspettare da questa contaminazione tra coffee shop internazionale e caffetteria italiana è una vera e propria rivoluzione tecnico/ambientale. Gli arredi dei coffee shop internazionali, oggi sempre giovanili ed informali ma standardizzati e ripetitivi potranno evolversi dalla loro natura minimale prendendo spunto dai creativi italiani, i quali avranno modo di esprimersi anche nelle più semplici caffetterie. Il mix tra informale ed eleganza italiana produrrà certamente qualcosa di differente. La tecnologia pensata dalle migliaia di imprese italiane produrrà sistemi per la gestione e per il servizio dei prodotti destinati alla miscita.

In sintesi, quando le catene di coffee shop internazionali apriranno in Italia sarà un bene per tutti (speriamo). La competizione crescerà ma si penserà sempre di più al caffè, al benessere del cliente e all'incremento dello scontrino medio. Il profumo invaderà ancora di più le strade e grazie alle novità, aumenteranno anche i consumi.

Further innovations will shape the technology used, the furnishings and will become a reference point for the entire globe. We can expect a real technical / environmental revolution from this contamination between international coffee shops and Italian coffee bars. The international coffee shop furnishings, which today are always trendy and informal but standardised and repetitive, will evolve from being minimal and take their inspiration from Italian designers, who will be able to express themselves even in the simplest coffee bars. The mix of informal and Italian elegance will certainly produce something different. The technology designed by thousands of Italian companies will produce management and service systems intended for the consumption sector.

In summary, when the international coffee shop franchises open in Italy, (we hope) this will be good for everyone. Competition will grow but the focus will be more and more on coffee, on the customer's well-being and on increasing the average amount of the till receipt. The aroma will invade our roads even more and thanks to these innovations, consumption will also increase.



COFFEE RO

I TRATTI DISTINTIVI DELLA SINGOLA ORIGINE, DELLA MISCELA E DEI CAFFÈ SPECIALI
THE HALLMARKS OF THE SINGLE ORIGIN, BLENDED COFFEE AND SPECIALTY COFFEES

Singola origine: differenza, carattere, identità

I caffè in singola origine, conservano ad ogni assaggio delle particolarità intrinseche che territorio, altitudine, clima e varietà di pianta donano al frutto. Queste variabili apportano ai chicchi delle enormi differenze, che possono crescere ancor più di stagione in stagione, a seconda dell'andamento del clima e dal modo in cui piante e frutti vengono lavorati. Volendo riassumere, le macro differenze identitarie dei caffè in singola origine sono principalmente tre: specie della pianta (arabica o robusta), tipologia di processo (lavato o naturale) e area geografica di coltivazione. I caffè di qualità arabica, non miscelati e consumati puri, prevalentemente nei paesi nordici, in America e in parte dell'Asia, vengono trasformati per lo più con il sistema filter coffee. Le torrefazioni di caffè che operano nei territori dove si consuma filter coffee e che quindi producono principalmente caffè per macchine filtro, per offrire al consumatore lo stesso gusto nel tempo e caratterizzarsi come marca, concentrano gli acquisti in aree produttive poco distanti tra loro, analoghe pure nella lavorazione dei caffè, processati allo stesso modo. La miscelazione è rara e di poche varietà. In definitiva, la marca è sicuramente evidenziata ma sull'etichetta è dato ampio risalto all'origine della materia prima. Il caffè filtrato (filter coffee) è la bevanda caffè più consumata: oltre il 70% delle tazze bevute quotidianamente al mondo sono trasformate mediante percolazione filtrata.

Le acidità aromatiche, i sentori fioriti e fruttati degli arabica lavati, sono caratteristiche apprezzate dalla maggior parte dei consumatori, i quali, grazie alla crescente quantità di informazioni in etichetta, iniziano oggi a riconoscere il gusto preferito in base al territorio. Bevendo caffè non miscelati, il consumatore ha modo di comparare e di maturare una più netta, visione complessiva di origini e pregi del prodotto.

Miscela: Qualità, Stabilità, Certezza

La miscela di caffè, quella tipica di tradizione italiana, oggi pensata e creata principalmente per l'espresso, racchiude in sé il fascino di una scoperta di grande valore.

La scoperta, se così la possiamo chiamare, trova la sua origine come molte ricette gastronomiche italiane, dal dover dare risposta a una necessità in un periodo in cui le materie prime erano poco reperibili. Nell'intervallo tra la fine del 1800 e lo scoppio del primo conflitto mondiale, il caffè iniziò ad essere gradito e ricercato da un crescente numero di consumatori. I primi caffè e le prime botteghe erano ormai diffuse in ogni città e paese d'Italia e questa richiesta in aumento non era supportata dalle quantità necessarie al mercato. Le navi contenenti caffè che arrivavano nei porti

Single origin: diversity, character, identity

Every taste of a single origin coffee contains a series of unique intrinsic qualities given to the fruit by the territory, altitude, climate and type of plant from which it originates. These variables make create various degrees of diversity in the beans, which may become even more marked from season to season, depending on the climate and the way in which the plants and fruits are handled. To sum up, there are three main differences that characterise single origin beans: type of plant (arabica or robusta), type of process (washed or natural) and the geographic area in which they are cultivated. Unblended Arabica coffees, which are consumed in their pure state, mainly in the Nordic

countries, in America and part of Asia, are mostly transformed with the filter coffee system. To offer the consumer the same taste over time and character-

ize the product under particular brand, many coffee roasting plants

that operate in the territories where filter coffee is consumed and which therefore mainly produce coffees for filter

machines, concentrate their purchases in production areas located not far from one another, which

process the beans using similar methods. The blends created are rare and only contain a

few varieties. In the end product, the brand is certainly an important feature, but the

label also focuses heavily on the origin of the raw material. Filter coffee is the

most popular type of coffee drunk: over 70% of the number of cups drunk per

day all over the world are processed by filtered percolation.

The aromatic acidities, flowery and fruity notes of washed Arabica coffees are char-

acteristics appreciated by most consumers who, thanks to the growing quantity of in-

formation on the label, are today beginning to recognize their favourite taste based on the territory

in which it is produced. When drinking unblended coffees, the consumer is able to compare and develop a

clearer overall vision of the various origins and strengths.



Blended coffee: Quality, Stability, Certainty

The typical Italian blended coffee, today mainly designed and created for making espresso, jealously guards the charm and value of a grand discovery.

Like those of many Italian fine food recipes, the roots of this discovery, if we can call it that, lie in the need to provide the response to a necessity at a time when raw materials were difficult to find. In the period between the end of the 1800s and the outbreak of the First World War, coffee became more popular and was sought after by a growing number of consumers. The first coffees and the first processing workshops had by now spread throughout every city and village in Italy and this growing demand was not satisfied by the quantities produced by the market. Ships car-

OUNDTRIP



SPECIALTY COFFEE
SCA
ASSN. OF EUROPE



ACE
ALLIANCE FOR
COFFEE EXCELLENCE



GOLDEN SACK



ORIGINI

India, Brasile, Etiopia, Colombia, Costa Rica, Repubblica Dominicana, Perù, Guatemala, El Salvador

ORIGINS

India, Brazil, Ethiopia, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Dominican Republic, Perù, Guatemala, El Salvador

PROCESSO / PROCESSING SYSTEM

Metodo naturale e lavato / Natural and washed method

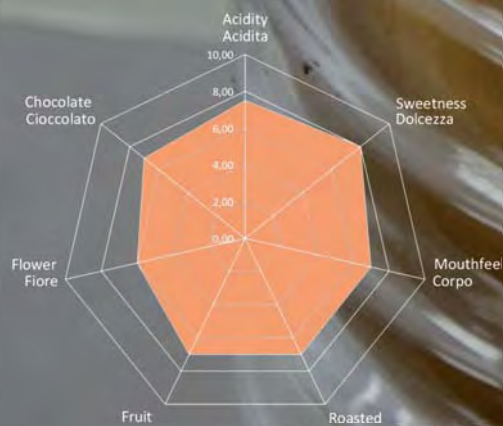
FORZA / STRENGTH: Molto forte / Very strong

CAFFEINA / CAFFEINE: 1,24 %

TOSTATURA / ROASTING



RAPPORTO DI ASSAGGIO / TASTING REPORT



NOTE

È un blend completo, che mantiene un'ottima cremosità pur avendo marcati sentori di freschezza. Dolce, spesso tendente al miele, si caratterizza per il perfetto bilanciamento delle varie complessità.

NOTES

This is a complete blend, in fact it keeps the best creaminess even if it has remarkable freshness aroma. It is Sweet often like honey, it is characterized by the perfect balance between the different complexities.

italiani erano poche e poco frequenti, e i prodotti contenuti nelle loro stive venivano immediatamente commercializzati. Questa situazione di penuria, oltre a creare un grave problema di prezzo (in quel periodo fu imputato al caffè il nome di "oro nero"), causava un'enorme variazione qualitativa. Quando arrivava la nave dal Brasile, finiva immediatamente sul mercato il caffè brasiliano; all'arrivo di una nave da un paese africano o da un qualsiasi altro stato produttore, quel caffè era, di fatto, già venduto. Le prime torrefazioni e botteghe vedevano cambiato regolarmente il gusto del proprio caffè: vi fu una conseguente corsa a rifornire i magazzini con degli stock per ogni lotto reperito ma da quel problema di gestione della materia, s'imparò a conoscerne le caratteristiche e a miscelarle tra loro. Con l'affinamento delle tecniche di dosaggio di quantità e qualità dei caffè, si riuscì a dare stabilità al gusto, a replicarlo, oltre che a mediare il valore, sopperendo così al problema dell'aumento vertiginoso di prezzo dato dalla carenza di raccolto, in uno dei pochi paesi produttori dell'epoca.

Oggi la miscela di caffè è divenuta il prodotto ideale per la macchina espresso e contiene valori, ricerche e progettazioni molto più complesse. Miscelando i differenti caffè tenendo sempre in considerazione i differenti gusti che origine, specie, varietà, altura e caratteristiche tipiche offrono, suddividendoli in percentuali che variano a seconda del risultato complessivo richiesto dal torrefattore, è possibile far sì che un certo tipo di gusto e determinate peculiarità si prolunghino nel tempo. La qualità è poi condizionata della capacità di saper scegliere e acquistare le materie prime, dall'utilizzo di strumenti adeguati per processarle e soprattutto dalla competenza e dedizione degli operatori che le trattano. Queste condizioni creano la possibilità di raggiungere un gusto ideale e a replicarlo negli anni dando una solida identità alla miscela. Quando ci sono qualità e stabilità, si offrono certezze che accendono nella clientela un vero e proprio sentimento di fedeltà nei confronti del marchio.

La macchina espresso, più di ogni altro strumento, estrae ogni sostanza dalla polvere di caffè e la miscela è il suo prodotto ideale, completa la tazza di tutte le sfumature aromatiche e qualitative che il torrefattore è in grado di offrire. Miscelando saputamente si stabilizza e standardizza un gusto: l'unica alternativa alla miscela è la torrefazione estrema, che copre i pregi e difetti delle singole origini con la percezione di tostato che invade la tazza.

Specialty coffee: sperimentazione, ricchezza, estremismo

I caffè speciali (specialty coffee), sono il risultato di un'innumerabile quantità di studi, sperimentazioni agricole e di processo. Questi prodotti, sono quasi sempre coltivati in territori incredibilmente vocati alla coltivazione del caffè, ad altitudini spesso estreme e processati in tutti i metodi esistenti, a volte mescolando differenti modalità e tradizioni con l'intento di innovare. Questo rinnovamento costante, questa continua ricerca è volta alla scoperta di sempre nuove aromaticità che le differenti varietà di pianta possono offrire, oltre al progressivo miglioramento della qualità complessiva. Per raggiungere gli obiettivi qualitativi di questo tipo di prodotto, quello che conta, oltre alla ricerca e allo studio perpetuo di ogni informazione e dettaglio, è soprattutto il tempo dedicato dagli operatori che lo lavorano: quello spesso per processare queste bacche può essere anche cento volte superiore ai tempi di lavorazione dei caffè tradizionali. Lo scopo è quello di trovare l'estremo, l'irraggiungibile, arrivare dove nessun altro è mai arrivato. Per questi e altri motivi, gli specialty coffee possono toccare una ricchezza aromatica incredibile, spesso innovativa e sempre fuori dal convenzionale. Chiaramente i valori di questi prodotti non hanno nulla a che vedere con i caffè tradizionali, pure quando eccellenti.

Le parole "Estate Coffee", indicano un prodotto che proviene da una determinata area geografica, da una determinata azienda, processato da un determinato responsabile agricolo, per offrire rintracciabilità e trasparenza.

Sempre prodotti in microlotti, questi caffè speciali raggiungono torrefattori, baristi e clienti appassionati, disposti a sperimentare e a spendere cifre fuori dal comune per una tazza di bevanda. Vengono chiaramente consumati in purezza, e i sistemi per estrarlo sono quasi sempre i sistemi alternativi all'espresso o alla macchina filtro. Vengono per lo più filtrati a mano, con grammature, temperature e tempi di estrazione gestiti alla perfezione. Gli amanti di questi caffè sono molto preparati ed hanno una nitida visione complessiva della filiera e del mercato in genere.

Nel mondo del caffè, gli specialty coffee rispecchiano perfettamente il principio per cui alla qualità non c'è mai fine.

rying coffee to the Italian ports were very few and far between and the products they contained sold out immediately. This shortage of coffee, in addition to creating a serious problem in terms of price (in that period coffee was known as "black gold"), was also responsible for creating a huge difference in terms of quality. When a ship arrived from Brazil, Brazilian coffee immediately ended up on the market; indeed, when a ship arrived from an African country or any other coffee-producing nation, the coffee it carried would already be sold. The first roasting houses and workshops therefore found it difficult to maintain the taste of their coffee: this led to a rush to restock the warehouses with supplies for each lot found, but this problem of managing the materials also taught the coffee processors to gain familiarity with the characteristics of the various products and blend them with one another. As the techniques for dosing the qualities and quantities of coffee were fine-tuned, it became possible to stabilise a taste, replicate it and average out its cost, so solving the problem of the high price increases due to the scarcity of the crops in one of the few producing nations in that period.

Today blended coffee has become the ideal product for the espresso machine and is the result of high standards, much research and increasingly complicated recipes. By blending different coffees, always bearing in mind the different tastes that the origins, species, varieties, altitudes and typical characteristics of these offer, and subdividing these into percentages that vary depending on the overall result required by the roaster, it is possible to ensure that a certain type of taste and certain unique qualities last over time. The quality is then affected by the ability to choose and purchase the right raw materials, the use of adequate tools for processing these and, above all, by the skill and dedication of the operators who handle them. These conditions make it possible to achieve an

ideal taste and replicate it over the years, giving the blend a solid identity. When quality and stability exist, these provide certainties that build a true sentiment of loyalty towards the brand in the clientele. The espresso machine, more than any other tool, extracts all the substances from the coffee powder and blended coffee is the ideal product for this use, completing the cup with all the aromatic and quality-enhancing nuances that the roaster is capable of offering. By blending coffees with skill, a taste can be stabilised and standardised: the only alternative to the blend is dark roasting, which covers the strengths and faults of the single origin coffees with the perception of roasted flavour that invades the cup.

Specialty coffees: experimentation, wealth, extremism

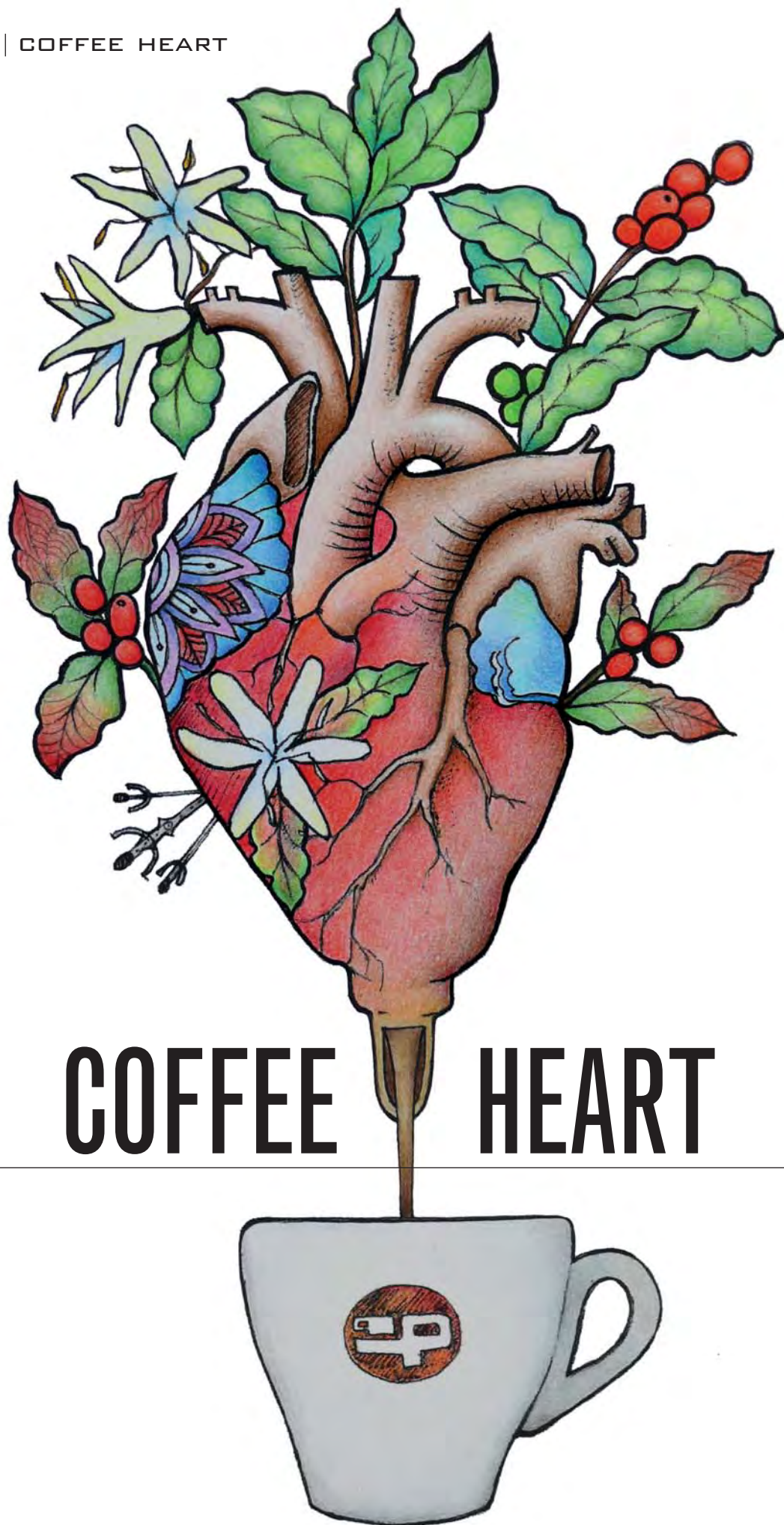
Specialty coffees are the result of a countless number of studies and experiments on agricultural conditions and processes. These products are almost always grown in territories that are incredibly suitable for the cultivation of coffee, often at extreme altitudes. They are also processed in all the ways that are humanly possible, at times mixing different methods and traditions with a view to innovating. This constant renewal and continuous research is performed to ensure the endless range of

new aromas offered by the different varieties of plants, and the progressive improvement of the overall quality. As well as the perpetual research and study carried out, the most important element needed to achieve the quality objectives of this type of product, is above all the time spent on the product by the operators who process the berries: this can even be up to one hundred times more than the time needed to process traditional coffees. The objective is to find the extreme, the unattainable, to go where no man has ever gone before. For these and other reasons, specialty coffees can produce an incredible wealth of aromas, often innovative and always extremely unconventional. Clearly, in terms of value, these products are on a different scale from that of traditional coffees, even when the latter are of an excellent quality. The words "Estate Coffee" indicate a product that comes from a certain geographical area or estate and is processed by a certain farming manager, to ensure traceability and transparency.

Always produced in micro-lots, these specialty coffees reach roasters, baristas and customers who are passionate coffee lovers, willing to experiment and spend extraordinary figures for a cup of coffee. They are obviously consumed pure and the systems used to extract them are almost those used as an alternative to the espresso or filter machine. They are mostly hand-filtered, with grammages, temperatures and extraction times managed to perfection. Fans of these coffees are usually very well-versed in everything to do with their favourite drinks, displaying a clear overall vision of the coffee chain and market in general.

In the world of coffee, specialty coffees epitomise the principle which says that the quest for quality is never-ending.





COFFEE HEART

Una caffetteria è un insieme complesso, molteplici fattori ne decretano il successo o l'insuccesso. La base è la qualità del prodotto che si propone. *Conditio sine qua non*. Questo vale a prescindere da ogni ulteriore discorso. Poi vengono le persone, il "capitale umano". Il sorriso, la gentilezza, la competenza. Tutto questo è difficile da insegnare, è un valore pesante, ma in qualche modo viene dopo. E' contenuto concreto dell'involucro. E l'involucro viene prima. Un locale è come un corpo, quando tutto funziona e ogni organo fa il suo dovere nessuno si accorge di abitare una macchina perfetta. Ma quello che ci appare è solo l'involucro.

A cafe is a complex element, comprising many factors that can make or break it. But the final result depends on the quality of the products offered. Conditio sine qua non. This is always true, regardless of any other theory that might be forwarded. Then there are people, the "human capital". Their smiles, their kindness, their skill. All this is difficult to teach: it is a significant value, but in some way it comes later. It is the real content of the wrapper. And the wrapper comes first. A cafe is like a body: when everything works and each organ goes about its duty nobody notices that they are working in a flawless machine. But all that can be seen from the outside is the wrapper. Nothing else.

Il corpo esteriore.

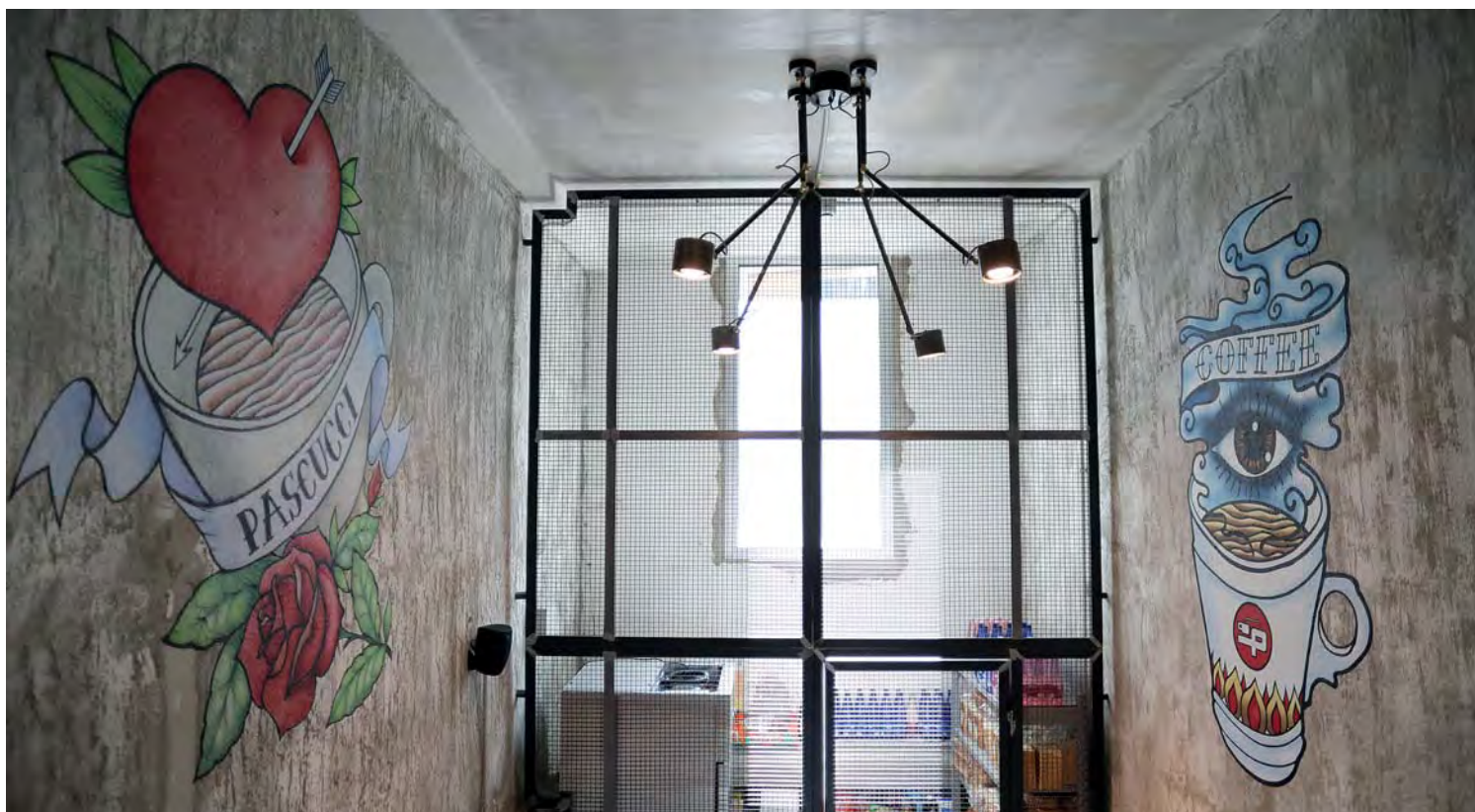
L'architetto disegna lo scheletro, lo riveste di muscoli e di pelle, crea occhi vivaci e una bocca accogliente, veste questo corpo armonioso con abiti cuciti su misura; come un sarto taglia, sceglie i tessuti, cuce il bottone giusto, traccia la cucitura, rifinisce. A volte disegna sulla pelle immagini come tatuaggi, non abiti che si possano cambiare ma immagini indelebili, la propria storia personale, graffiata nelle parti intime, nascosta, per essere memoria, o gridata, sulle mani, nella linea del collo, sulle braccia, immagini che affiorano, altro-racconto moderno, tra le maglie della vita. E' un vestire fatto di passione, di esperienza e di intuito.

"Il sapere della mano"⁽¹⁾ è il titolo di un vecchio volume che, chi ha bazzicato un po' di antropologia culturale, forse ha sfogliato. Il sapere della mano è il fondamento del nostro lavoro, del lavoro artigiano che rende vivace e tangi-

The exterior layer.

The architect designs the skeleton, covers it with muscles and skin, creates sparkling eyes and a welcoming mouth, dresses the whole well-proportioned, perfectly functioning body in made-to-measure clothes; like a tailor, he chooses and cuts the fabrics, adds the right buttons, sews the garments up and adds the finishing touches. At times he might draw images on the skin like tattoos: not clothes that can be changed, but indelible images, his own personal story, scratched into the private, hidden parts to become nothing more than a memory, or screamed out loud for all to see, on the hands, the neckline, the arms, with images that blossom, a modern alternative history, between the stitches woven together to form life. It is the kind of attire made of passion, experience and intuition.

"Il sapere della mano"⁽¹⁾ is the title of an old book which may have been leafed through at some point by those who have dabbled in cultural anthropology. The title means "The



bile questo nostro mondo che parla di caffè, che ad un primo sguardo sembra più semplice di quello che è. Perché abbiamo voluto sposare quella sapienza radicata in un sapere primario. Perché l'involucro parla del contenuto, lo precede, rende possibile l'accoglienza e l'ospitalità, da sempre importanti, "sacre".

Offrire un caffè è un microcosmo, un piccolo organismo che nasce e cresce attorno ad una idea: che il caffè sia un momento speciale. Un momento per cui il caffè nella tazza, aromi, profumi e rumori, il locale che ti accoglie, ogni cosa deve essere giusta. Perché l'armonia è il cardine del piacere.

La possibile contaminazione tra il classico locale all'italiana e la caffetteria internazionale è per noi questo: il sapere della mano. L'artigianalità che sta alla base di ogni conoscenza, che produce sensatezza e competenza. E se la mano manterrà sempre la sua importanza si sentirà sempre il calore del sangue che scorre sotto la pelle.

Abbiamo disegnato per gioco un cuore pulsante da cui sgorga un espresso. Forse è un po' forte e kitsch, ma è quello che sentiamo, quello che viviamo quotidianamente. Perché la qualità del prodotto che vi vogliamo proporre è questa. Nessuna omologazione, nessun appiattimento. Piuttosto qualità diffusa. Un amore dirompente. Un cuore ed una rosa.

WALL TATTOO, SIMBOLI ESTERIORI CHE RACCONTANO UN'IDEA / WALL TATTOO, OUTWARD SYMBOLS THAT TELL IDEA

knowledge of the hand" and this concept is the foundation of our work, of the work of craftsmanship that makes the world of coffee so lively and easy to grasp. A world which, at first sight, seems simpler than it really is. Because we have decided to combine that deep-rooted knowledge into a primary knowledge. Because the wrapper describes the content, preceding it, making it feasible for it to be welcoming and hospitable, two qualities that have always been important, and indeed "sacred".

Offering a coffee is a microcosm, a tiny organism that is generated and develops from an idea: that coffee is a special moment. A moment during which the coffee in your cup, the aromas, scents and noises, the place you are in, every single thing must be just right. Because harmony is the cornerstone of pleasure.

The possible contamination of the traditional Italian-style bar and the international café means this for us: the knowledge of the hand. The craftsmanship that forms the basis of all knowledge, producing good sense and competence. And if the hand succeeds in always maintaining its importance, we will always be able to feel the heat of the blood that runs beneath the skin.

We have designed a beating heart with espresso coffee gushing out from within. The image may appear rather strong and clichéd but it's what we feel, it's the life that we experience on a daily basis. Because the quality of the product that we want to offer is this. No approvals, no standardisation. But rather a widespread quality. A love that knocks you for six. A heart and a rose.

⁽¹⁾ Il sapere della mano, Giulio Angioni, 1986, Palermo - Sellerio


FORZA HAITI

COME ON, HAITI

Le foreste svolgono ruoli fondamentali: riducono l'erosione dei suoli, contribuiscono a ricaricare le falde, consolidano i versanti, forniscono cibo e combustibili. Infatti, rappresentano una specie di "cintura di sicurezza verde", che purtroppo l'essere umano distrugge a una velocità vertiginosa rendendosi inevitabilmente più vulnerabile agli eventi estremi. L'Unione Internazionale per la Conservazione della Natura (IUCN) dice questo: "i disastri naturali sono determinati da come la società gestisce il suo ambiente". Il caso di Haiti è l'esempio perfetto che giustifica questa affermazione. La copertura vegetale dell'isola è attualmente ridotta a meno del 2%, con l'ecosistema quasi totalmente sparito. La deforestazione selvaggia nel Paese è dovuta sia alle esigenze agricole che a quelle della popolazione urbana. A causa del degrado ambientale, l'isola si è trovata ad affrontare una lunga serie di disastri naturali tra cui alluvioni, smottamenti. Nel solo 2008, Haiti ha subito l'effetto devastante di ben 4 uragani: Fay, Gustave, Hanna e Ike, che hanno provocato danni per un valore di oltre 200 milioni di dollari americani al settore agricolo, peggiorando l'insicurezza alimentare. Secondo il geologo Shimon Wdowski e i suoi colleghi dell'università di Miami, la redistribuzione dei sedimenti derivati dai precedenti uragani potrebbe aver contribuito ad innescare il devastante terremoto del 2010 che ha ucciso oltre 220.000 persone. In altre parole, gli esperti pensano che la quantità di sedimenti sopra l'epicentro del sisma del 2010 sia stata adeguata a causare tensioni sulla crosta terrestre con la potenzialità di provocare uno scivolamento verticale lungo una faglia fino ad ora non conosciuta. A sostenere questa tesi, è il fatto che il sisma del 2010 si sia prodotto lungo una faglia in movimento verticale. Il destino, ogni volta che inventa una sfiga nuova, la testa su Haiti. Detto questo, si può far riferimento al violentissimo uragano Matthew che recentemente ha devastato il paese. Oltre mille persone hanno trovato la morte, più di 350.000 si sono trovate in situazione d'assistenza umanitaria, 15.600 le persone evacuate, 1.855 abitazioni alluvionate e 850 danneggiate o distrutte. Il Paese, dotandosi di scarsissimi programmi di prevenzione del rischio, risulta non essere in grado di fronteggiare simili situazioni responsabili della povertà, dell'aumento della mortalità infantile e dell'insorgenza di gravi epidemie. A questo punto, c'è la necessità di creare delle condizioni che servono a proteggere il Paese dai disastri naturali, a incrementare la fertilità del suolo e, soprattutto, a rafforzare le capacità organizzative dei contadini. Barack Obama, 44° presidente degli Stati Uniti, sostiene che "il sistema più economico ed efficace per affrontare il problema del cambiamento climatico è fermare la deforestazione". E' alla luce di buone idee come questa che la torrefazione Pascucci, nonostante le difficoltà di ogni genere, conferma la sua volontà di continuare a sostenere i piccoli agricoltori della cooperativa COCANO di Haiti nel progetto di rimboschimento della regione nord-ovest del Paese, anche tramite la diffusione della coltura del caffè. Un accompagnamento che serve anche a dare ai contadini della cooperativa la possibilità di ven-

PASCUCCI PER LA LOTTA ALLA DEFORESTAZIONE
IN HAITI / PASCUCCI SUPPORTS THE BATTLE
AGAINST DEFORESTATION IN HAITI

dere direttamente alla Pascucci il caffè a un prezzo giusto, creando un meccanismo che possa aiutarli a migliorare veramente le proprie condizioni di vita. Infatti, ai nostri amici haitiani serve un sistema che dia loro l'opportunità di uscire autonomamente da situazioni difficili, stimolandoli a creare iniziative di produzioni locali senza dover aspettare aiuti esterni per vivere. Da tener presente che le opportunità offerte ai bisognosi non provocano la diminuzione del benessere di chi sta meglio. Anzi, è un modo efficace per gestire i conflitti, consapevoli del fatto che la sicurezza di tutti per un mondo più unito e produttivo si trova nel abbattere l'egoismo. Se "l'unico limite a quanto in alto possiamo andare è quanto crediamo di poter salire", allora possiamo sperare che i nostri amici haitiani possano farcela lavorando insieme con determinazione. Forza Haiti!!!



Forests play a number of fundamental roles: they reduce soil erosion, help recharge the aquifers, consolidate the sides of mountains and provide food and fuel. Indeed, they are a kind of “green safety belt” that Man unfortunately destroys at a hurtling speed, inevitably making them more vulnerable in the case of extreme events. The Unione Internazionale per la Conservazione della Natura (IUCN – International Union for Nature Conservation) says: “natural disasters are determined by how society manages its environment”. The case of Haiti is the perfect example to justify this statement. Currently the vegetation cover of the island has been reduced to less than 2%, with an ecosystem that has all but disappeared completely. The cruel deforestation of the Country is due both to its agricultural requirements and to those of the urban population. Because of the environmental degradation, the island has been forced to face up to a long string of natural disasters, including floods and landslides. In 2008 alone, Haiti suffered the devastating effect of no less than 4 hurricanes: Fay, Gustave, Hanna and Ike, which caused damage worth over 200 million US dollars to the agricultural sector, worsening the already unstable food situation. According to geologist Shimon Wdowski and his colleagues from the University of Miami, the redistribution of the sediments deriving from the previous hurricanes could have helped spark the devastating earthquake of 2010 which killed over 220,000 people. In other words, the experts believe that the quantity of sediments above the epicentre of the 2010 earthquake was enough to cause tensions on the earth’s crust with the power to cause a vertical slide along a fault that has still not been identified today. This theory is supported by the fact that the 2010 earthquake occurred along a fault that was moving vertically. Each time Destiny invents a new kind of misfortune, she wastes no time in trying it out on Haiti. And another example is the violent hurri-

cane Matthew that recently destroyed the country. Over one thousand people were killed, more than 350,000 received humanitarian assistance, 15,600 were evacuated, not to mention the 1,855 homes flooded and the 850 houses that were damaged or destroyed.

The Country, equipping itself with extremely poor risk prevention plans does not appear to be capable of tackling situations like these, which are responsible for its widespread poverty, the increase in infant mortality and the rise in serious epidemics. At this point, there is a need to create conditions that serve to protect the Country from natural disasters, increase the fertility level of the soil and, above all, strengthen the farmers’ organisational skills.

Barack Obama, the 44th President of the United States of America, believes that “the cheapest, most effective way to face the problem of climate change is to stop deforestation”. It is in light of good ideas like this one that the Pascucci roasting company, despite the many difficulties involved, confirms its desire to continue helping the small farmers of the COCANO cooperative in Haiti in the reforestation project the north-eastern region of the Country, also by disseminating the culture of coffee. A helping hand that also gives the farmers of the cooperative the possibility of selling their coffee to Pascucci at a fair price, creating a mechanism that can help them to truly improve their living conditions. Indeed, our friends in Haiti need a system that provides them with the opportunity to autonomously lift themselves out of difficult situations, by encouraging them to create local production initiatives without having to wait for help from outside to live. It is worth remembering that the opportunities offered to the needy do not reduce the wellbeing of those who are better off. On the contrary, this is an effective way to manage conflicts, in the awareness of the fact that the safety of everyone for a world that is more united and productive lies in eliminating selfishness. If “the only limit to how high we can go is the height we believe we can reach”, then there is hope that our friends in Haiti can make it on their own, by working together with strength and determination. Come on, Haiti! We’re right behind you!!!



Jungle COFFEE

THE TIGER VALLEY COFFEE

Jungle coffee ha radici profonde, una cultura che pervade ogni singolo chicco e lo rende prezioso e unico.

La miscela è composta da caffè che provengono da quel territorio meraviglioso e generoso che è il Kerala, lo stato nella punta sud dell'India dove la vegetazione è integra e pura. Roy Padmakumar, il nostro coffee scouting, che si occupa di questi territori, ha visitato le piantagioni del distretto di Wayanad, tra i seicento e i novecento metri sopra il livello del mare.

Qui le piante di caffè crescono rigogliose all'ombra delle foreste tropicali, tra alberi del pepe, di chiodi di garofano, jackfruit e cardamomo, curate dalle popolazioni locali che vivono sulle alture incontaminate e protette e che stagionalmente scendono verso le piantagioni, con la famiglia al seguito, a svolgere i lavori legati alla coltura del caffè.

Sono i Kattunayakan che, come indica il loro nome, erano i re della giungla, impegnati nella raccolta dei prodotti della foresta come miele e frutti. La loro lingua è una miscela di tutte le lingue dravidiche. I Kattunayakani non hanno bisogno di mettere da parte denaro per la vecchiaia, non consumano più di ciò di cui hanno bisogno, non danneggiano la foresta

Jungle coffee has deep roots and a culture that pervades every single bean, making it valuable and unique. The blend is a combination of coffees that originate from that wonderful, generous land known as Kerala, the state in the southernmost part of India where the vegetation is integral and uncontaminated.

Roy Padmakumar, our coffee scout, who operates in these areas, visited the plantations in the district of Wayanad, located between six and nine hundred metres above sea level.

Here, the lush coffee plants grow in the shade of the tropical forests, among pepper, clove, jackfruit and cardamom trees, and are tended to by the local populations that live on the uncontaminated, protected highlands coming down towards the plantations during the coffee season, with their families in tow, to carry out the activities related to coffee farming.

These people are known as the Kattunayakans and, as their name suggests, they were once the kings of the jungle, as they busily harvested the products of the forest such as honey and fruit. Their language is a mixture of all the Dravidian languages. The Kattunayakans do not need to set aside money for their old age, they do not consume more food than that which they need, nor do they damage the forest and its animals as they instinctively have a strong





e i suoi animali perché hanno istintivamente un forte senso d'interdipendenza con l'ambiente circostante. Adorano gli uccelli, i serpenti, gli alberi e le rocce.

La tribù ha tratti somatici che ricordano quelli degli aborigeni australiani e gli antropologi confermano la presenza di un legame. La deduzione sorprendente che si può fare è che la tribù ha avuto una sua continuità dal tempo delle migrazioni verso l'Australia, 50.000 anni fa. La vita segue i ritmi della natura, calano verso le coltivazioni per svolgere i lavori di pulitura delle pinte, di raccolta delle bacche mature e di cura del caffè raccolto. Nei loro occhi una dignità profonda, radicata, sensibile.

Nel Wayanad, Prasad svolge un'attività molto importante per l'economia locale, ha impiantato un centro di pulizia del caffè, dove convergono tanti piccoli produttori che lui tratta come fratelli. Wayanad è conosciuta anche come la casa della tigre indiana, animale-simbolo dell'India che rappresenta coraggio e valore.

Il progetto Tiger Valley Coffee, che è stato avviato con lui, coinvolge la tribù dei Kattunayakan, che raccolgono i caffè dai sentori speziati.

Roy e Prasad sono molto sicuri della qualità dei chicchi e sono pronti a scommettere che il Jungle Coffee presto diventerà per Caffè Pascucci, l'ennesimo motivo d'orgoglio.

sense of interdependence with the environment that surrounds them. Indeed, they adore the birds, snakes, trees and rocks that inhabit the area. The tribe members have features that are reminiscent of those of the Australian Aborigines and anthropologists have confirmed that the two peoples are related. One surprising conclusion that can be drawn is that the tribe has been around for 50,000 years, and has been constantly present since the migrations to Australia. For them, life follows the rhythms of nature so they go down to the crops to clean the plants, harvest the ripe berries and take care of the coffee once it has been harvested. A deep, firmly-rooted, sensitive dignity is reflected in their eyes.

In Wayanad, Prasad carries out a very important activity for the local economy: he has set up a coffee washing plant where many small producers gather and he treats them like brothers. Wayanad is also known as the home of the Indian tiger, the animal that symbolises India, representing courage and value.

The Tiger Valley Coffee project, which he helped to launch, involves the Kattunayakan tribe, whose members harvest the aromatic coffees used. Roy and Prasad are very confident when it comes to the quality of their coffee beans and they are ready to bet that Jungle Coffee will soon become the umpteenth feather in the cap of Caffè Pascucci.





QUANDO CONOSCI PRASAD,
TI RENDI CONTO CHE DA OGNI
PARTE DEL MONDO PUOI TROVARE
PERSONE STUPENDE.
PRASAD È UN CARO AMIGO.
WHEN YOU KNOW PRASAD,
YOU REALIZE THAT EVERY PART
OF THE WORLD YOU CAN FIND
WONDERFUL PEOPLE.
PRASAD IS A DEAR FRIEND.



XLVI

HOT METAL WORKERS

XLVI è un laboratorio artigianale che opera nel mondo del caffè.
XLVI è un contenitore creativo. Gli obiettivi che intendiamo perseguire sono innovare, costruire, elaborare e rendere uniche le nostre creazioni.
Cerchiamo di dare un'anima al metallo e di conseguenza ai nostri prodotti.

In questa fase, ci scontriamo con una concorrenza agguerrita come non mai ed è fondamentale individuare in anticipo le nuove tendenze e le fasce di mercato libere.

LE MODE CAMBIANO

La parte umana torna protagonista

Dopo un periodo in cui la parte umana e la figura del barista sono state accantonate per fare spazio a robot e automazioni, stiamo assistendo a un repentino cambio di direzione. L'aspetto umano sta tornando protagonista e con esso, la necessità di strumenti che possano esaltare la bravura e la manualità. Tutti i prodotti XLVI tengono conto di questo concetto e sono in grado di valorizzare il barista qualificato.

GLOBALIZZAZIONE

Ma quanta differenza ancora

Una delle grandi sfide intraprese da XLVI è stata quella di provare a colmare il divario culturale tra Italia e resto del mondo. A oggi, sul mercato sono presenti decine di costruttori di macchine da caffè, quasi tutti però "schierati tecnicamente", o da una parte o dall'altra.

Noi abbiamo cercato di trovare l'equilibrio tecnico che ci permetta di mantenere vive le esigenze, gli stereotipi e le tradizioni italiane senza trascurare differenti culture e tendenze emergenti, creando un prodotto che a noi piace definire internazionale.

TUTTI UGUALI MA OGNUNO È DIVERSO

Esigenze del cliente

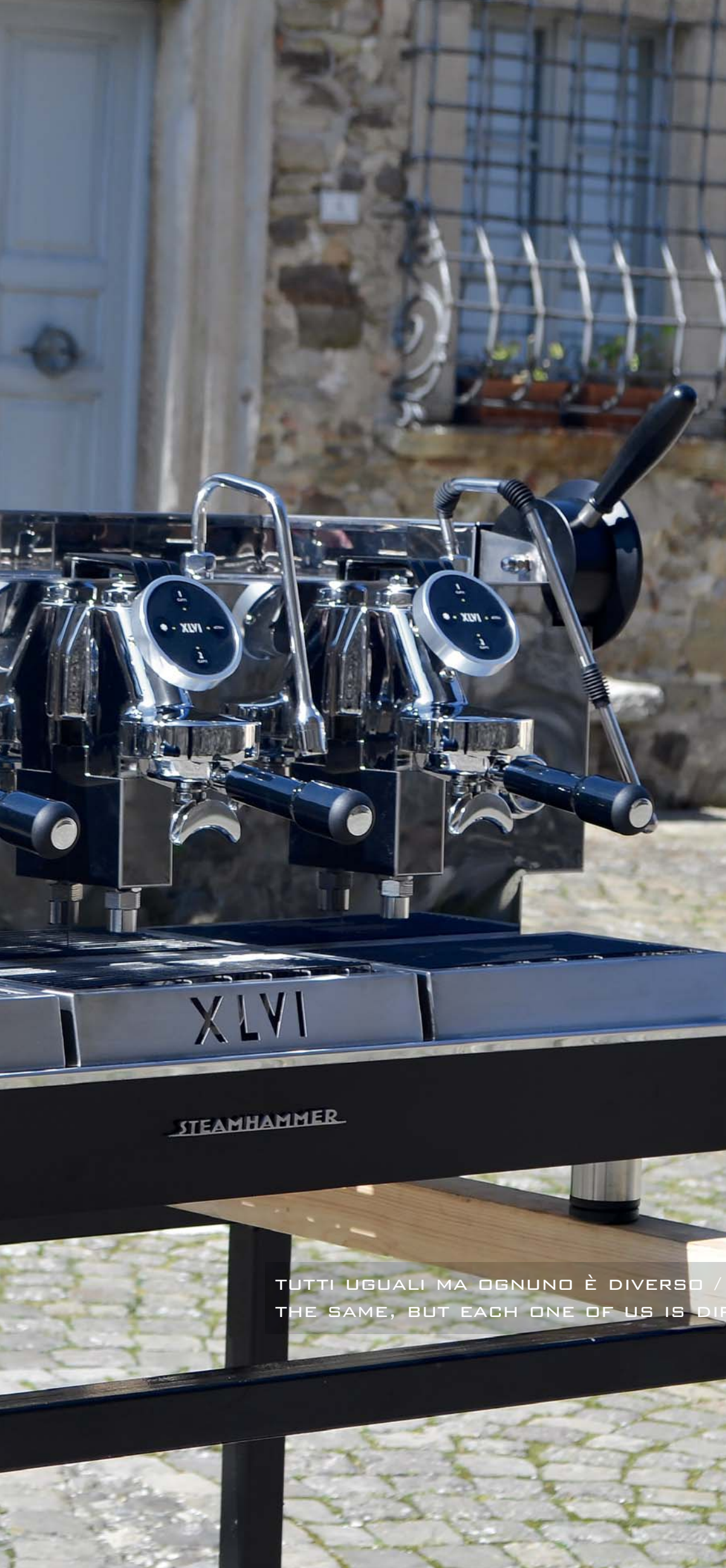
Uno dei punti fondamentali su cui si basa XLVI è l'importanza e la soddisfazione del cliente.

Ogni cliente ha una propria filosofia, dei propri gusti e per questo ci mettiamo a disposizione e cerchiamo di esaudire ogni sua richiesta tecnica o estetica.

La tendenza di mercato del settore è abbandonare i prodotti standard e dedicarsi alla creazione di pezzi unici e progettati su misura.

Dotarsi di una XLVI equivale a sviluppare un'elaborazione sartoriale: è come cucirsi un vestito addosso.

Tutto questo è possibile solamente passando attraverso a un'accurata selezione dei fornitori: in XLVI non scegliamo i grossisti in base al prezzo ma abbiamo la necessità di trovare partner affidabili disposti a sacrificarsi, innovare e creare di pari passo a XLVI.



XLVI is a workshop where skilled craftsmen strive to make fine objects for the world of coffee.

XLVI is a creative container.

Our objectives are to innovate, build and develop our creations, rendering them unique.

We try to give metal and consequently our products, a soul.

In this phase, we are up against a competition that is constantly proving more ruthless than ever before and it is essential to identify the new trends and free sectors of the market in advance.

FASHIONS CHANGE

The human element returns to the limelight

Following a period in which the human element and the figure of the barista were set aside to make room for robots and automation, we are now witnessing an abrupt change of direction. The human element is returning to the limelight and it is bringing with it the need for tools that can promote skill and manual dexterity.

All XLVI products take this concept to heart and are designed to further enhance the skill of a qualified barista.

GLOBALISATION

But what a huge gap still exists!

One of the great challenges undertaken by XLVI is that of trying to bridge the cultural gap between Italy and the rest of the world. To date, the market hosts tens of coffee machine manufacturers, almost all of whom, however, are "technically divided" either on one side or the other.

We have tried to find a technical balance that will enable us to keep Italian requirements, stereotypes and traditions alive without neglecting the various cultures and trends that are emerging, creating a product that we like to define as international.

WE ARE ALL THE SAME, BUT EACH ONE OF US IS DIFFERENT

The customer's requirements

One of the essential elements on which XLVI is founded is the importance of the customer and the need to ensure their satisfaction. Each customer has their own philosophy and tastes and this is why we try to provide for and meet every request they may forward to us, with regard to the technical or aesthetic aspects of our products.

The market trend in the sector is to abandon standard products and focus on unique pieces that are made-to-measure.

Purchasing an XLVI is the same as developing a tailored design: it is like sewing oneself into the perfect suit.

All this is only possible by coming through a careful supplier selection process: at XLVI we do not choose our wholesalers based on price but instead seek reliable partners who are willing to make sacrifices, innovate and create hand in hand with XLVI.

TUTTI UGUALI MA OGNUNO È DIVERSO / WE ARE ALL THE SAME, BUT EACH ONE OF US IS DIFFERENT



CONOSCENZA DELLA PARTE MATERICA

Al giorno d'oggi, la potenziale clientela è informata e competente: se fino a qualche anno fa, la maggior parte degli acquirenti comprava "con gli occhi", senza minimamente interessarsi alla tecnica e alla tecnologia, oggi è di fondamentale importanza avere una tecnologia all'avanguardia per non essere emarginati dal mercato. XLVI lavora e investe quotidianamente in ricerca e sviluppo per arricchire il proprio box tecnologico e distinguersi dalla concorrenza.

CREATIVITÀ DEL DISEGNO

Anello di congiunzione tra ingegneria e arte, invenzione e stile, produzione e mercato, il design è uno dei fattori fondamentali per vendere i propri prodotti.

Creare un macchinario dal profilo estetico soddisfacente, non è per niente semplice, anche perché spesso va in contrasto con la tecnica.

Noi di XLVI, fans delle linee semplici e pulite, maniaci del dettaglio e appassionati dei materiali nobili, attraverso il design cerchiamo di dare un'anima ai nostri prodotti.

Crediamo che il barista abbia sempre più bisogno di un macchinario bello per attirare l'attenzione verso se stesso.

Secondo XLVI, il Design è consapevolezza: essere consapevoli del presente e immaginare il futuro.

KNOWLEDGE OF THE PRODUCT INSIDE OUT

The potential customer in today's world is well-informed and skilled: if, up until a few years ago, most customers would buy "with their eyes", without as much as a glimmer of interest in the technique or technology behind the products, today it is fundamentally important to have cutting edge technology if a company is not to be pushed out of the market.

XLVI works and invests in research and development on a daily basis to enrich its technological assets and stand out from the competition.

CREATIVE DESIGN

The link between engineering and art, invention and style, production and market, design is one of the determining factors for selling a company's products.

Creating a machine that looks good is by no means easy, also because the technical aspects of a product can often prove difficult to embellish.

Here at XLVI, we are fans of simple, basic designs, mad about detail and passionate about fine materials, so design is the aspect we use to give our products a soul.





AZOMICO

AZOTIZZATORE XLVI MADE IN ITALY



L'azoto (dal latino *nitrogenium*) è il quinto elemento più presente nell'universo, il primo elemento per abbondanza nell'atmosfera terrestre (di cui costituisce il 78,09%) e il quarto elemento più abbondante nel corpo umano (di cui costituisce il 3%).

Questo gas inerte è inoltre presente in tutti gli organismi viventi.

L'azoto si ottiene per mezzo di strumenti che consentono la scomposizione dell'aria ed è largamente impiegato, puro o in miscela, nella conservazione in atmosfera protettiva di prodotti alimentari. Miscele particolarmente ricche di azoto sono usate nella protezione degli alimenti in cui i grassi insaturi sono presenti in quantità significative: in tali ambiti, l'O₂ viene eliminato per evitare l'irrancidimento.

Il progetto Azomico di "XLVI" è uno straordinario concetto innovativo, un sistema rivoluzionario ideato per la conservazione a lungo termine dei chicchi di caffè torrefatti.

Inserendo l'azoto a una pressione maggiore di quella che i chicchi di caffè creano espellendo i propri gas e aromi, in appositi contenitori idoneamente realizzati per sopportare elevate pressioni, si attiva una funzione inversa alla perdita di aromi, i quali, non avendo la possibilità di uscire dalla massa del chicco, si preservano per un tempo molto più lungo rispetto a qualsiasi altro sistema di conservazione.

Come si usa dire in questi casi: stay tuned!

Nitrogen (from the Latin term *nitrogenium*) is the fifth most abundant element in the universe, the most plentiful element in the Earth's atmosphere (of which it constitutes 78.09%) and the fourth most abundant element in the human body (of which it constitutes 3%).

This inert gas is also present in all living organisms.

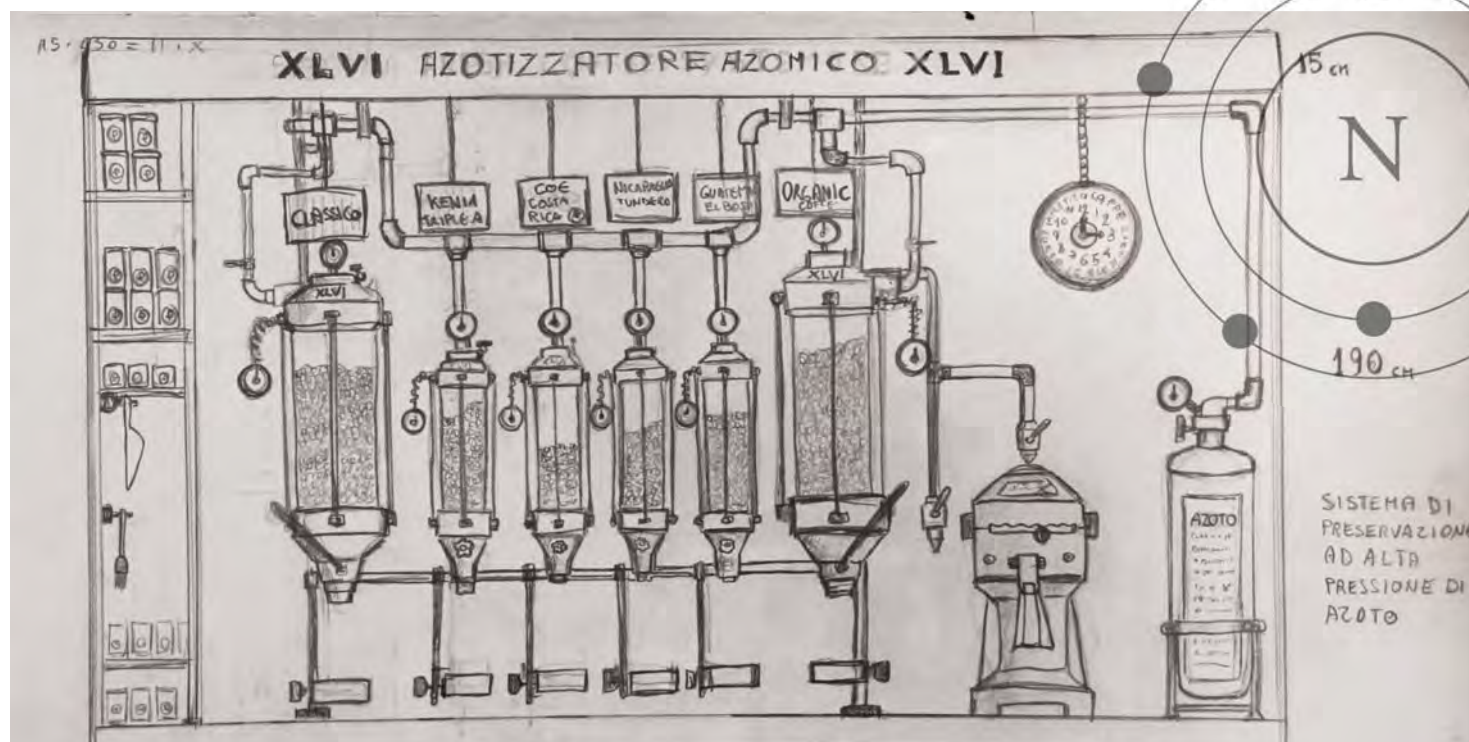
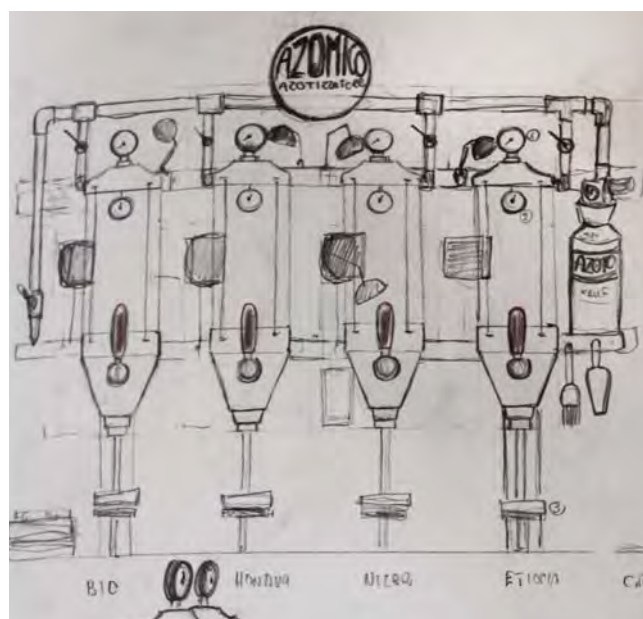
Nitrogen is obtained using tools that break down air and is mainly used, either pure or in a blend, to preserve food products in a

protective atmosphere. Blends particularly rich in nitrogen are used to protect foods that contain significant quantities of non-saturated fats: in these conditions the O₂ is removed to prevent spoiling.

The Nitrogen Project by "XLVI" is an extraordinary innovative concept, a revolutionary system designed to ensure the long-term storage of roasted coffee beans.

By adding nitrogen at a higher pressure to that created by the coffee beans when they expel their gases and aromas, in containers specifically designed to withstand high pressures, an inverse function to that of the loss of aromas is activated. The aromas, unable to leave the mass of the bean, can be preserved for a much longer time that that achieved using any other preservation system.

Stay tuned to learn more!





la marzocco
handmade in Florence

LA MARZOCCO
coffee machines
TRUTH BEAUTY
FIRENZE ITALY
since 1927
ES PRESSO
HANDMADE FOR THE WORLD

www.lamarzocco.com



La Marzocco, fondata nel 1927 dai fratelli Bambi, fin dall'inizio si è specializzata nella produzione artigianale di macchine da caffè espresso per bar con particolare attenzione alla qualità, al risultato in tazza ed allo stile. L'azienda risiede nelle immediate vicinanze di Firenze, e si avvale di una sede a Auckland, Barcelona, Londra, Melbourne, Milano, Seattle e Seoul. Oggi La Marzocco impiega oltre 210 dipendenti e produce macchine per caffè espresso e macinadosatori che sono esportati in più di 80 paesi attraverso il supporto di importatori e distributori presenti in 5 continenti.

La Marzocco, founded in 1927 by the Bambi brothers, has traditionally specialized in producing high-end hand crafted espresso coffee machines geared towards excellence, a quality cup and style. The company is headquartered near Florence, Italy, with offices in Auckland, Barcelona, London, Melbourne, Milan, Seattle and Seoul. La Marzocco has over 210 employees and produces espresso coffee machines and grinders that are exported to over 80 countries with the support of its distributors and partners, making its presence known on the 5 continents.

Da Aosta a Messina, da Nord a Sud dello stivale, se si entra in una caffetteria a si chiede: "un caffè", nella maggior parte dei casi, si riceve un espresso.

Al contrario, se si entrasse a chiedere un caffè in casa di qualche nostro conoscente, il risultato non sarebbe così scontato. Tralasciando il porzionato (cialde o capsule... caricature che non tratterò in quest'articolo), si potrebbe ricevere un caffè preparato nella moka, oppure nella cuccuma a capovolgimento, o magari ricevere una bella tazzona di roba bollente da una famiglia all'avanguardia e avveza al caffè filtrato. Sembra strano ma probabilmente, quest'ultima opzione è auspicabile nella Romagna più litoranea, ove i tedeschi negli anni 70/80 arrivavano nelle spiagge con i loro "Melitta", i filtri in carta ed il caffè macinato (parecchio grosso) a insegnare ai bagnini come si preparasse il "filterkaffee".

Insomma, quando si chiede "un caffè", qui nel nostro paese, da un po' di tempo a questa parte, possiamo aspettarci di tutto. Soprattutto negli ultimi anni, con l'esplosione della "terza onda" di caffetterie e grazie a tanti bravi ragazzi che diffondono la cultura del bere caffè diverso.

Facciamo ordine.

Diverso da cosa? Da ciò che, appunto, siamo abituati a bere regolarmente nelle case/caffetterie/ristoranti.

Quando parliamo, come in quest'articolo, o all'interno dei nostri workshop, di "sistemi alternativi di estrazione", parliamo di tutto ciò che non è espresso.

Qualcuno lo vede come una voglia modaiola e forzatamente alternativa per scalzare l'espresso dalle nostre caffetterie (così alcuni hanno risposto ad un nostro sondaggio di qualche tempo fa). Al contrario, noi lo vediamo come un'amplificazione sensoriale da mettere in pratica per



From Aosta to Messina, from the North to the South of Italy, if you walk into a coffee bar and say: "a coffee", in most cases, you will receive an espresso.

Conversely, if you went to somebody's home and asked for a coffee, the result would not be so obvious. Leaving aside single-portion solutions (such as pods or capsules... caricatures that I will not discuss in this article), you might receive a coffee made with the moka pot or the cuccuma (flip-over stove pot), or maybe get a nice large cup of boiling stuff from a trendy family accustomed to filtered coffee. It seems strange but probably, the latter option is a more usual solution along the Romagna coast, where the Germans arrived on the beaches in the 70s and 80s with their "Melitta", their paper filters and ground coffee (quite coarse-grained) to teach lifeguards how to prepare a "filterkaffee".

So, recently, when you ask for "a coffee", here in our country, you can expect anything. Especially in recent years, with the explosion of the so-called "third wave" of coffee shops, and thanks to the many good guys who are spreading a different coffee drinking culture.

Let's tidy things up.

Different how? From what we're used to drinking regularly at home/in coffee bars/restaurants.

When we speak, as in this article or during our workshops, of "alternative systems of extraction," we are talking of everything that is not an "espresso".

Some see it as a deliberately alternative fashion to forcibly oust the espresso from our coffee bars (these were the answers to an online survey we did some time ago). On the contrary, we see it as a sensory amplification to be implemented in order to support the espresso, at a time when coffee consumption in our country is at a standstill.

You don't believe me? In defence of this theory, I could start by telling you that almost all the extraction systems that

COFFEE

FOR EVERYBODY, TASTE, PEOPLE

AN EDDY RIGHI JOINT

supportare l'espresso, in un momento di stallo dei consumi nel nostro paese.

Non mi credete? A difesa di questa teoria, potrei iniziare dicendovi che quasi tutti i sistemi di estrazione che spiegheremo da qui in avanti, sono serviti per mettere a punto la creazione della macchina per espresso. Di fatto, come vedrete, nascono prima. Sono state le prime macchine per caffè a incendiare le italiane menti d'inizio secolo e a spingerle verso l'invenzione di quella bevanda oggi tan-

we will talk about afterwards, were used in order to fine-tune the creation of the espresso machine. De facto, as you will see, they were born beforehand. The first coffee machines were those which set fire to Italian minds at the beginning of the century, and pushed them towards inventing the drink which is so fashionable today, more so abroad than at home. Starting from this statement and going beyond the boundaries set at the beginning of the article, we could therefore say that the alternative extraction system is, in fact, the wide-

to di moda più all'estero che da noi. Partendo da quest'asserzione e uscendo dai confini posti all'inizio dell'articolo, si potrebbe dunque affermare che il sistema alternativo di estrazione è, per l'appunto, il diffusissimo espresso.

Ed è proprio quando si approccia l'ignoto, che nasce l'esigenza di informarsi, di studiare, per non mostrarsi con approssimazione ai nostri interlocutori. Questo lo facciamo da sei anni, fino a spingerci al titolo Italiano Brewers nel 2016. E nell'occasione di queste nuove pagine, vogliamo condividere con voi ciò che abbiamo imparato in questi anni.

ly-drunk espresso.

And it is precisely when approaching the unknown, that the need to learn and to study is felt, in order not show any uncertainty to our interlocutors. We have been doing this for six years, right up to being awarded the title of Italian Brewers in 2016. And we would like to take the opportunity given by these new pages to share with you what we have learned over these years.

We believe, in fact, that exploring these new ways of drinking coffee in your/our coffee bars, is an alternative which could revive the coffee market in general. Or rather, the good coffee market. Because if I have to drink

EDDY RIGHI, BARISTA TRAINER DELLA CAFFÈ PASCUCCI TORREFAZIONE, È IL CAMPIONE ITALIANO DELLA BREWERS CUP 2016 E HA RAPPRESENTATO L'ITALIA AI MONDIALI DI DUBLINO

EDDY RIGHI, CAFFÈ PASCUCCI'S TRAINER IS THE THE ITALIAN CHAMPION OF THE 2016 COFFEE BREWERS' CUP AND HAS REPRESENTED ITALY TO THE DUBLIN'S WORLD CHAMPIONSHIP



Crediamo, infatti, che esplorare nelle vostre/nostre caffetterie questi nuovi modi di bere caffè, sia un'alternativa di consumo che possa risollevare il mercato del caffè in generale. Anzi, il mercato del buon caffè. Perché se devo bere 2 cl di bevanda, in qualche modo, con zucchero o con latte, o tappandomi il naso a mo' di medicina, lo faccio; se devo bere 30 cl di bevanda calda, bisogna che sia buona. Buona davvero.

Ecco l'occasione: far comprendere attraverso questi metodi che il caffè può anche essere buono. Potrei addirittura avere proprio voglia di berne uno: non per necessità, o per crearmi un momento di pausa, o per sgranchirmi le gambe dalla scrivania. Potrei sollecitare la stessa vibrante necessità che mi si presenta davanti a una bistecca mentre pregusto un bicchiere di vino rosso, o in una giornata bollente alle diciotto di sera, di fronte a una birra ben spillata. Avere voglia di ritrovare quelle cose che avevo sentito in quella tazza, ancora una volta, fino a comprendere che, nel caffè, non ci deve essere nulla di forte, nulla di veramente corposo, nulla di sgradevole, poco o nulla di amaro. Solo equilibrio. Solo cose buone. Solo cose belle.

Eccovi di seguito un **manuale con un po' di storia e qualche consiglio** circa i sistemi che potreste spingere nei vostri locali. Mi sforzerò di riportare le ricette base, quasi originali, con qualche eccezione creata dai campioni, atte a creare una estrazione più pulita, ma non vicina all'originale. Da questo momento in poi, inutile dirvi che potrete sbizzarrirvi a mostrificare ogni sistema. Anzi, ve lo consiglio vivamente. Se funziona, si chiama avanguardia. Se non funziona, avrete esplorato!

Per iniziare, vi serviranno:

- caffè buono, possibilmente Specialty, a tostatura ben più chiara rispetto all'espresso, sempre macinato al momento;
- macinatore;
- bilancia;
- bollitore con termometro incorporato;
- cronometro;

Prima della moda, un po' di storia. Prima della storia, un ringraziamento particolare: a Enrico Maltoni e Mauro Carli, per aver redatto un monumento di libro, dal quale prendiamo ispirazione e studio: *Coffee Makers*.

La prima caffettiera con controllo dell'estrazione della quale si ha notizia, nominata "De Belloy", è dei primissimi dell'Ottocento. Non è stata brevettata, ma vi sono documenti che attestano fosse quella la primissima caffettiera creata per fare il caffè con un po' più di arte, rispetto al versare semplicemente acqua bollente su caffè tostato e macinato (come del resto facciamo oggi, in un modo o nell'altro). Il primo brevetto è del 1802, per la "Caffettiera di Henrion", una specie di termos creato principalmente per mantenere il caffè in caldo, oltre

2 cl of any beverage, somehow, with sugar or milk, or chucked down like some medicine, I will, but if I have to drink 30 cl of a hot drink, it must be good. Really good.

This is the chance: to allow understanding through these methods that coffee can also be good. I might even wish to drink one: not out of necessity, to have a break, or to stretch my legs from sitting at my desk. I could have the same vibrant need as when I'm looking at a steak while foretasting a glass of red wine, or on a hot day at six in the evening, in front of a freshly drawn beer. To have that deep desire to once again find the same things that I once felt in that cup, understanding that there must be nothing strong, nothing really full-bodied, nothing unpleasant, only little or no bitter aftertaste in that coffee. Only balance. Only the good stuff. Only beautiful things.

Here is a **manual with a little history and some advice** concerning the systems which you could push in your premises. I will try to suggest the basic blends, almost all original, with some exceptions created by the samples, designed to create a cleaner extraction, but not close to the original. From this point onwards, needless to say you will be able to indulge in changing each system as you please. In fact, I highly recommend it. If it works, it's called avant-garde. If it fails, you will have explored!

To get started, you will need:

- good coffee, possibly Specialty, a lighter blend compared with the espresso one, always freshly ground;
- a grinder;
- a scale;
- a kettle with built-in thermometer;
- a stopwatch;



Before being trendy, a bit of history. Before the history, a special thanks to: Enrico Maltoni, and Mauro Carli, for having drawn up a monumental book, from which we are inspired and we study: *Coffee Makers*.

The first coffee maker which had a controlled extraction that we know of, was the "De Belloy" at the very beginning of the nineteenth century. It was not patented, but there are documents that prove that this was the very first pot created to make coffee with a little more, let's say, art, rather than simply pouring boiling water over roasted and ground coffee (like we do today, in one way or another). The first patent was granted in 1802, for the "Henrion Coffee pot", a kind of termos created mainly to keep coffee hot, as well as to prepare it by

"infusion", to then move on to the Hadrot coffee pot, created in 1806, and to the one which is so dear to us Italians, the "flip-over" pot, made by the Parisian tinsmith Morize in 1819, now known throughout the world as "La Napoletana (The Neapolitan pot)". We take a huge leap to 1842 when Madame Vassieux finally patented the glass globe coffee pot. Today, commonly called "**Siphon**", it was renamed this way in 1959 by Hario Japan, which has been manufacturing it finely since 1949.



che a prepararlo per "infusione", per passare poi alla caffettiera di Hadrot, nel 1806, e a quella tanto cara a noi Italiani, "a capovolgere", del lattoniere parigino Morize del 1819, oggi conosciuta in tutto il Mondo come "La Napoletana". Facciamo un bel saltone al 1842 quando madame Vassieux, finalmente, brevetta la caffettiera a globi di vetro. Oggi, per gli amici, "Siphon", rinominata in questo modo nel 1959 dalla Hario Japan, che lo produce finemente dal 1949.

Caffettiera composta da due contenitori con al centro un filtro. Inizialmente il filtro era in stoffa, oggi si può trovare in carta o in acciaio, prodotto da varie aziende con diverse misure di filtrazione (misurate in micron). Al di sotto del globo inferiore, vi deve essere una fonte di calore.

Rapporto acqua/caffè: dipende dalla grandezza della caffettiera, ad ogni modo, rimanete sempre sui 60 grammi per litro. Esempio: per il comune Siphon da 3 tazze, 26 grammi di caffè per 365 grammi di acqua.

Macinatura: è inutile che vi proponga una misura in micron. Ve la metto giù con poesia: non troppo fine come l'espresso, non troppo grossa come il caffè filtro... diciamo un po' più larga della macinatura che conoscete per la moka.

Controllate che la caffettiera sia libera da odori. Il filtro ben piazzato con la molla e, in precedenza, bagnato, sia esso in carta o acciaio.

Ora, prendete confidenza con la fonte di calore, accendendola.

Mettete acqua già bollente nel globo inferiore, prima di collocarlo sulla fonte di calore.

A questo punto, inserite il sifone del globo superiore all'interno del globo inferiore.

Quando vedete salire le bollicine dall'acqua calda nel globo inferiore, è il momento di agganciare il globo superiore a quello sottostante e attendere che, per compressione, la maggior parte dell'acqua sia passata al piano di sopra. A questo punto, mescolate l'acqua, per abbassare leggermente la temperatura insufflando ossigeno ma anche per controllare che il grado di calore sia stabile e che l'acqua non precipiti nuovamente nel globo inferiore. Se è stabile, è il momento di aggiungere il caffè, fare partire un cronometro, e mescolare immediatamente, per essere sicuri che ogni singola particella di caffè riceva l'acqua.

Attendete 40 secondi ed abbassate la fiamma, mescolando nuovamente.

Raggiunto il minuto di "contatto", togliete la caffettiera da qualsiasi fonte di calore, mescolate nuovamente e attendete che la bevanda venga filtrata per decompressione del calore, passando nel globo inferiore.

Se tutto ciò avviene in un tempo totale di 1 minuto e 30 secondi, siete sulla buona strada. A questo punto, togliete il globo superiore, e servite. Se volete "pulire" l'esperienza, ripassate la bevanda su un filtro in carta con V60 (che vedremo dopo).



Non facciamo molta strada, rimaniamo in Francia, dove dopo qualche anno, nel 1852, Mayer e Delforge creano la caffettiera a sistema "stantuffo o filtro a pressa", oggi conosciuta come "Cafetière" o "French Press". Questa caffettiera è stata la più usata nelle famiglie ed anche nelle caffetterie di tutto il mondo fino agli inizi del '900, quando la macchina per espresso e la "Bialetti" hanno invaso, assieme agli immigrati Italiani, più o meno tutto il pianeta.

C'è un po' di Italia anche in questa caffettiera. Furono, infatti, Attilio Calimani e Giulio Moneta nel 1929 ad aggiungere la molla elicoidale per fare aderire il filtro al corpo della caffettiera in vetro, e Bruno Cassol a rivestire il filtro di un'ulteriore rete metallica, come ai giorni nostri.

Prima dell'acquisto, qualche consiglio.

Sempre in vetro pirex, filtro a stantuffo completamente smontabile e con detenzione del particolato, non superiore a 200 micron.

Rapporto acqua/caffè: sempre 60 gr/litro, per la caffettiera da mezzo litro fate 36 grammi di caffè con 530 grammi di acqua.

Macinatura: grossa... parecchio. Per rendere l'idea, prendete un chicco di caffè e rompetelo in circa 300 pezzi. Potreste quasi contarli. Siete vicino al millimetro per ogni pezzettino di caffè.

A coffee pot consisting of two containers with a filter in the middle. Initially, the filter was made of fabric, today you can find it made of paper or steel, manufactured by various companies with different filtering sizes (measured in microns). Underneath the lower globe, there must be a source of heat.

Coffee/water ratio: it depends on the size of the pot; however, it must always be around 60 grams per litre. Example: for the common 3-cup Siphon: 26 grams of coffee with 365 grams of water.

Grinding: it is useless that I suggest any measure in microns. I shall say it with a little poetry: not too thin as for espresso, not too coarse as for filter coffee... let's say a little coarser than the grind that you know for the Moka pot.

Check that your coffee pot is completely odourless. The filter must be well-placed with its spring and, previously wet, whether it is made of paper or steel.

Now, get confident with the heat source, and turn it on. Pour boiling water in the lower globe, before placing it on the stove. At this point, place the upper globe's siphon into the lower globe.

When you see the hot water bubbles surfacing in the lower globe, it is time to hook the upper globe to the one below and wait for most of the water to pass to the level above thanks to compression.

At this point, stir the water to slightly lower the temperature and blow in oxygen, but also to check that the heat is stable and that the water does not plunge again into the lower globe.

If it is stable, it's time to add the coffee, start a stopwatch, and mix immediately, to make sure that every single coffee particle receives water.

Wait 40 seconds and turn the heat down, stirring again.

When a minute has gone by, remove the pot from any heat, stir again and wait until the drink has filtered by heat decompression, passing into the lower globe.

If you've done it all under 1 minute and 30 seconds, you are on track.

At this point, remove the upper globe, and serve. If you want to "clean up" the experience, pass the drink through a V60 paper filter (which we'll see later).



Not so far away, in France, a few years later in 1852, Mayer and Delforge created the "plunger or filter press" coffee pot, now known as "Cafetière" or "French Press". This coffee pot was the most used one in households and in coffee shops around the world until the beginning of the twentieth century, when espresso machines and the "Bialetti" machine invaded more or less all the planet, carried by Italian immigrants.



There is a bit of Italy in this coffee maker as well. In fact, Attilio Calimani and Giulio Moneta added the mechanical spring to press the filter to the glass body of the coffee pot in 1929, and Bruno Cassol coated the filter with another wire mesh, like the ones we have today.

Before buying one, some advice.

Always buy one made of Pyrex glass with a completely removable plunger and a lower than 200-micron particulate strainer.

Coffee/water ratio: always 60 g/litre, for a half-litre pot use 36 grams of coffee with 530 grams of water.

Grinding:...really coarse. To give you an idea, take a coffee bean and break it into about 300 pieces. You could almost count them. You are close to one millimetre for each little piece.

Preparation time: All in all, 4 minutes

Put the coffee in the coffee maker.

Start the timer and immediately pour the water at 94° maximum, over the coffee, creating a little turbulence (water and coffee mixing action)

Stir and wait for 4 minutes

Meanwhile, wet the plunger filter well with hot water, to remove any bad smells from previous coffees or simply because the coffee maker and filter are new! Once the fourth minute is up, insert the filter in the coffee maker and gently push down to separate the coffee from the liquid.

Pour immediately into your serving cups without leaving the drink in the coffee maker any longer.

Tips: buy a 400-micron sieve, sift the coffee before using it. As the coffee is left in contact with the water for four minutes, you cannot afford any fines in the liquid. Forget the filter: once the four minutes have passed, pour it on a V60 paper filter. It will be much clearer.

From these coffee pots on, at the turn of the twentieth century, there was a strong desire to discover how to make things simpler, automated and practical for all housewives. It was actually a housewife who patent-

Tempo di preparazione: 4 minuti totali.

Mettete il caffè nel corpo della caffettiera. Fate partire il cronometro e immediatamente versate l'acqua a 94° al massimo, sopra il caffè, creando turbolenza (azione di mescolamento tra acqua e caffè). Miscelate e attendete 4 minuti

Nel frattempo, bagnate bene con acqua calda il filtro a stantuffo, per ovviare ai vari cattivi odori derivati dai precedenti caffè o semplicemente dal fatto che la caffettiera e il filtro sono nuovi!

Allo scadere del quarto minuto, inserite il filtro nel corpo della caffettiera e spingete delicatamente verso il basso a separare il caffè dalla bevanda.

Versate immediatamente nelle tazze di servizio senza lasciare sostare ulteriormente la bevanda nella caffettiera.

Consigli: acquistate un setaccio a maglia 400 micron, setacciate il caffè prima di utilizzarlo per l'estrazione. Con caffè e acqua in contatto per quattro minuti, non potete permettervi fines nel liquido. Scordatevi il filtro: passati i quattro minuti, versate il tutto su un V60 con filtro in carta. Otterrete maggiore pulizia.



Da queste caffettiere in poi, affacciandoci al '900, la voglia di scoprire come rendere le preparazioni più semplici, automatizzate e praticabili dalle casalinghe, fu forte. Ed è proprio una casalinga a brevettare nel 1906 i filtri in carta. Rivoluzione totale nella preparazione del caffè. Auguste Melitta in Bentz, pose il marchio per prima su coni in ceramica appositamente forati sul fondo, atti a

contenere questo filtro in carta. Più avanti, il processo sarà meccanizzato grazie alla macchina elettrica, che preriscalda l'acqua che sarà in seguito irrorata sul cono e una caraffa sottostante, a raccogliere la bevanda filtrata.

Il tutto è stato riprodotto dall'azienda giapponese Hario nel 2005, con il nome **V60**: in ceramica, vetro, plastica e rame, con piccole strisce angolate internamente per consentire il drenaggio, con il "60" che indica l'angolo formato dal cono, corrispondente appunto alla misura di sessanta gradi. Un'altra splendida imitazione della caffettiera porta il nome di **Chemex**, creata dal dott. Peter Shlumbhom nel 1939, negli Stati Uniti.

Per il cono "02":

Rapporto acqua/caffè: 18 grammi di caffè su 300 grammi di acqua a 93° circa (è in questo circa che vi voglio!)

Macinatura: notevolmente più fine della french press ma più grossa della moka.

Tempo di preparazione: 2 minuti e 30 secondi circa.

Prendete il vostro V60 kit, composto da caraffa in vetro (o direttamente tazza mug da almeno 32 cl di capienza) ed appoggiatevi sopra il cono con apposito filtro in carta (che terrete sempre nella sua confezione originale al riparo da fonti di umidità e calore), dopo aver fatto una piega proprio ove i fogli sono stati incollati tra di loro.

A questo punto, bagnate il filtro in carta abbondantemente. Questo servirà a:

- togliere eventuali saporacci della carta
- fare bene aderire la carta al cono
- riscaldare il cono e la tazza

Ora mettete il caffè nel filtro. Appoggiate il tutto su una bilancia con tara.

Fate partire il cronometro e via con la preinfusione, ovvero versate 40 grammi di acqua sul caffè, con movimenti delicati concentrici rispetto al centro del cono (dei piccoli cerchietti intorno al punto centrale), facendo attenzione a ricoprire bene tutto il caffè di acqua.

Aspettate 30 secondi.

Avanti versando i rimanenti 260 grammi di acqua, in circa un minuto. Se fate tutto bene, in 2 minuti e 30 secondi dovreste avere esaurito l'acqua completamente nel cono.

Consigli dai campioni: fate dei piccoli step di 20 secondi ogni 50 grammi di acqua versata, fino a 200 grammi. Gli ultimi 100, dritti. Questo vi aiuterebbe a raggiungere più equilibrio nella tazza finale, estraendo lentamente le cose buone a inizio estrazione, e velocemente le cose meno buone (ma essenziali) alla fine. Se preparate un Chemex, a causa della mancanza delle zigrinature drenanti, siete obbligati a fare questi piccoli passaggi per non creare bolle di aria a ostacolo del drenaggio stesso.

ed paper filters in 1906. A complete revolution in coffee brewing. Auguste Melitta Bentz was the first to patent the ceramic cone-shaped drippers specially holed at the bottom, suitable for holding this paper filter. Later, the process became mechanised thanks to the electric machine, which preheated the water, poured it into the cone-shaped dripper with an underlying jug, where the filtered beverage was collected.



All this was reproduced by the Japanese Company Hario in 2005, with the trademark **V60**: made of ceramic, glass, plastic and copper, with small internal angled strips to allow drainage, with the "60" indicating the angle formed by the cone, corresponding precisely to sixty degrees. Another splendid imitation of a coffee pot called **Chemex**, was created by Dr Peter Shlumbhom in 1939, in the United States.

For the "02" cone-shaped dripper:

Coffee/water ratio: 18 grams of coffee for 300 grams of water at about 93° (it is in this "about" that the question lies!)

Grind: a lot finer than with the French press, but coarser than with the Moka pot.

Preparation time: 2 minutes and about 30 seconds.

Pull out your V60 kit, which consists of a glass pitcher (or directly a mug of at least 32 cl of capacity) and place the special paper filter over the cone-shaped dripper (the paper filters must always be kept in their original packaging to protect them from any humidity and heat sources), bending it where the sheets have been glued together.

At this point, wet the filter paper thoroughly. This will help you to:

- avoid any bad taste caused by the paper
- correctly position the paper to the cone-shaped dripper
- heat the cone and cup

Now put the coffee into the filter. Put everything on a scale with tare.

Start the stopwatch and kick off the pre-infusion, i.e. pour 40 grams of water onto the coffee, with delicate concentric movements in relation to the centre of the dripper (drawing small circles around the centre), making sure you wet all the coffee well with the water.

Wait 30 seconds.

Then, pour the remaining 260 grams of water, in about a minute.

If you have done everything right, in 2 minutes and 30 seconds you should be out of water having poured it all into the dripper.

Tips from the champions: make 20 second steps every 50 grams of water poured, up to 200 grams. The last 100, straight. This should help you obtain a more balanced final cup, by slowly extracting the good things at the beginning, and quickly the least good (but essential) at the end. Should you be preparing a Chemex, due to the lack of drainage serrations, you are obliged to follow these small steps in order to avoid creating air bubbles which would be an obstacle to the straining itself.



And here we are today. An extraction system which has invaded the world, overturning, in the true sense of the word, the way you interpret a drink of coffee: the **Aeropress**. Patented in 2005 but conceived much earlier by the engineer/inventor of the flying saucer "Aerobie", Alan Adler.

This system is easier to prepare than to explain. The genius of this device is that you can create cups similar to any other extraction system, from an espresso to a French press, adding the bonus of an impressively clean product.

De facto, it is a giant syringe, with a perforated disc at the end (the housing for the paper or steel filter, several microns of capacity). I will just write down the original recipe, which is also explained on the pack. Just go to Youtube and type the word Aeropress, to see the multitude of opportunities there are concerning extraction with this method.

- Water/coffee ratio: 12 grams of coffee for 190 grams of water
- Grinding: let's say like with the Moka pot
- Water temperature: 92°
- Preparation time: about 30 seconds.

Disassemble the Aeropress completely.

Place the round paper filter into its housing and wet with hot water. Attach the filter to the bottom and place the entire device onto a nice large cup. Put the 12 grams of ground coffee and level it with well-





Ed eccoci ai giorni nostri. Un sistema di estrazione che ha invaso il mondo, ribaltando nel vero senso della parola il modo di interpretare una bevanda caffè, è l'**Aerpresso**. Brevettato nel 2005 ma ideato molto tempo prima, dall'ingegnere/inventore del disco volante "Aerobie", Alan Adler.

Questo sistema è più facile da preparare che da spiegare. La genialità di quest'apparato consiste nel fatto che potreste creare tazze simili a qualsiasi altro sistema di estrazione, dall'espresso alla french press, aggiungendo in più una pulizia impressionante.

E' di fatto una siringa gigante, con al termine un disco forato (sede del filtro in carta o in acciaio, di diversi micron di portata). Mi limiterò a riportarne la ricetta originale, spiegata anche sulla confezione. Basterà andare su Youtube e digitare la parola Aerpresso, per vedere la moltitudine di prospettive che vi si aprono circa l'estrazione con questo metodo.

- Rapporto acqua/caffè: 12 grammi di caffè con 190 grammi di acqua
- Macinatura: diciamo pure come la moka
- Temperatura dell'acqua: 92°
- Tempo di preparazione: 30 secondi circa

Smontate completamente l'Aerpresso.

Inserite il filtro tondo in carta nell'apposita sede e bagnatelo con acqua calda. Agganciate il filtro alla parte inferiore e appoggiate il tutto su una bella tazzona. Mettete i 12 grammi di caffè macinato e livellate con dei colpetti ben assestati. Poggiate il tutto su una bilancia e tarate. Con l'aiuto di un kettle, versate ora i 190 grammi di acqua sul caffè. Togliete tutto dalla bilancia, mescolate con la paletta che trovate nella confezione e inserite la parte superiore (il "plunge") Gentilmente, pressate. Fatto!



Ora, con i caffè "caldi" abbiamo finito. Rimane quello freddo.

Nel 1602, la maggior parte delle isolette indonesiane erano controllate dai Paesi Bassi: qui, gli olandesi hanno creato il metodo "lavato" per la fermentazione del caffè e, tra le tante cose positive e negative, il "**Cold Brew**". La leggenda narra che alcuni navigatori/commercianti, cre-

arono questo metodo di estrazione del caffè per portare in dono una bevanda già pronta all'imperatore giapponese, in occasione di una delle tante visite. La fantasia ci spinge anche a pensare che nella tratta Indonesia/Giappone, il caffè freddo fosse trasportato in botti ex gin, giungendo a destinazione con chissà quali proprietà sensoriali. Oggi questo metodo è in gran voga. Se solcate il suolo inglese e americano, non troverete caffetteria o supermercato che non abbia questo tipo di bevanda nel frigorifero, a breve o lunga scadenza. Arriverà, eccome, anche in Italia.

La forza di questa bevanda, concettualmente caffè freddo, sta nella facilità di preparazione nell'ambito domestico e, di conseguenza, al bar.

Rapporto acqua/caffè: 80 grammi per litro d'acqua.

Tempo di preparazione: 10/12 ore circa (dipende da molti fattori: tostatura, acqua che utilizzerete, temperatura del luogo dell'infusione, geometria del recipiente d'infusione, ecc)

Prendete un recipiente, sia esso una scodella di plastica, un contenitore per alimenti, una tanica, una bottiglia in vetro, insomma un recipiente che possa contenere più di un litro di liquido.

Macinate 80 grammi di caffè, non grossolanamente come la french press, né "fine" come il filter coffee: una via di mezzo (dodici ore a contatto sono tante!)

Mettete acqua e caffè insieme. Lasciate a temperatura ambiente per 10 ore, senza chiudere il recipiente, semplicemente copritelo. L'ossigeno è fondamentale per l'estrazione. Filtrate il tutto su un filtro V60, imbottigliate, e lasciate in frigorifero per altre 12 ore circa.

Consumate freddo, con o senza ghiaccio.

Se volete, potete anche fare un concentrato di caffè freddo, da allungare con acqua calda, per prepararvi un simil "filter coffee" o americano. Tutto uguale a prima, ma con rapporto acqua/caffè di 120 grammi litro.

Una volta pronto, tenetelo a temperatura ambiente e provate a mescolare 100 grammi di questa bevanda con 200 grammi di acqua bollente. Rimarrete sorpresi.

aimed taps.

Put everything on a scale and adjust. With the help of a kettle, now pour the 190 grams of water on the coffee. Remove everything from the scale, mix with the stirrer that you will find in the box and insert the top (the "plunge")

Gently press. Done!



Now, we have finished with the "hot" coffees. We still have the cold one.

In 1602, most of the Indonesian islands were controlled by the Netherlands: here, the Dutch had created the "washed" method for brewing coffee and, among the many positive and negative things, there was the "**Cold Brew**". Legend has it that some sailors/traders created this coffee extraction method as a ready-made drink to give the Japanese emperor as a gift, during one of his many visits. Fantasy pushes us to think that along the Indonesia / Japan route, the cold coffee was transported in barrels that had contained gin, therefore reaching its destination with undisclosed sensory properties.



This method is very much in vogue today. Should you drive across England or the US, every coffee shop or supermarket stores this type of drink in their fridge, either with a short or a long expiry date. It will certainly reach Italy too.

The strength of this drink, conceptually cold coffee, lies in the ease of its preparation both at home and, consequently, in a coffee bar.

Coffee water ratio: 80 grams per litre of water.

Preparation time: 10/12 hours (it depends on many factors: roasting, the type of water you use, the temperature of where the brewing takes place, the shape of the infusion container, etc.)

Use any type of container, whether a plastic bowl, a food container, a tank, a glass bottle, in short, a container which can hold more than one litre of liquid.

Grind 80 grams of coffee, neither coarsely as with the French press, nor "fine" as with filter coffee: in between (twelve hours of brewing are a lot!)

Mix water and coffee together. Leave the mix at room temperature for 10 hours, without closing the container but simply covering it. Oxygen is essential for the extraction. Filter using a V60 filter, bottle it, and leave in the refrigerator for another 12 hours.

Drink it cold, with or without ice.

If you want, you can also make a concentrated cold coffee, which you can dilute later with hot water, to drink a sort of "filter coffee" or American coffee. As before, but with a ratio water/coffee of 120 grams per litre.

Once it is ready, keep it at room temperature and try mixing 100 grams of this drink with 200 grams of boiling water. You will be surprised.

SOLO BIO

Ispirazione. Il nostro modo di fare biologico è una vera e propria scelta di parte. La decisione di diventare produttore biologico può avvenire per tre differenti motivazioni: perché è un mercato in crescita e l'impresa lo valuta come un'opportunità per il futuro (puramente profit); perché dei concorrenti lo fanno e non si vuole rimanere indietro (paura di perdere mercato); perché è ritenuta l'unica strada possibile per un sano futuro del nostro ambiente, del nostro cibo e del nostro mondo (scelta etica filosofica).

Chiaramente è quest'ultima la scelta dei pionieri del biologico: sono loro, quelli legati al mondo contadino d'un tempo, i veri creatori di questa visione.

Gino Girolomoni, fondatore della Cooperativa Alce Nero. La nostra è un'impresa fortunata, il fatto che Caffè Pascucci abbia potuto vivere un'amicizia sana e pura con Gino Girolomoni e la sua famiglia, l'aver condiviso con loro le difficoltà di un progetto biologico complesso come quello di Haiti ci ha arricchito e resi differenti. Respirare la stessa aria e aver avuto l'opportunità di vivere momenti ispirativi con uno dei padri fondatori del biologico italiano, ha contaminato il nostro pensiero e la nostra coscienza.

Inspiration. Our way of being organic is an actual partisan choice. The decision to become an organic producer can occur for three different reasons: because it is a growing market and the company evaluates it as an opportunity for the future (purely profit); because competitors are and we do not want to fall behind (fear of losing market); because it is considered the only possible path towards a healthy future for our environment, our food and our world (philosophical-ethical choice).

Clearly the latter is the choice made by organic pioneers: it is they, those who are closely linked to the farming world of the past, who are the true creators of this vision.

Gino Girolomoni, founder of the Cooperative Alce Nero. Ours is a lucky company, the fact that Caffè Pascucci has been able to experience a healthy and pure friendship with Gino Girolomoni and his family, sharing with them all the difficulties of a complex organic project like the one in Haiti, has enriched us and made us somewhat different. Breathing the same air and having the opportunity of living inspirational moments with one of the founding fathers of the Italian organic movement, has contaminated our way of thinking and our consciousness.

GIGANTI COME GINO CI HANNO ISPIRATO E CI HANNO LASCIATO
UN'EREDITÀ MORALE / GIANTS OF THE ORGANIC SECTOR SUCH AS GINO
HAVE INSPIRED US AND HAVE ALSO LEFT US A MORAL LEGACY

Tempo fa, rivolsi a Gino una domanda ben precisa: "non credi che questo approccio al biologico da parte di troppi soggetti che si inseriscono per mero business possa nuocere?"

La risposta mi spiazzò: "No, non nuoce, tanto inseguirebbero ugualmente il business e dovendo scegliere, è preferibile che sia Bio. Più siamo, meglio è. Il problema sono i disonesti, quelli ci sono dappertutto e per guadagnare, sono disposti a truccare. Rovinano il nostro lavoro ma non capiscono che, prima di tutto, rovinano se stessi". Questo era Gino.

Giganti del biologico come Gino ci hanno ispirato e ci hanno lasciato anche un'eredità morale, un'eredità difficile da portare avanti: quella di stare sempre in prima linea e combattere per difendere ciò che oggi è un valore primario per la nostra società. Un'eredità che ci chiede di raccontare, di descrivere in modo trasparente le nostre azioni e i nostri pensieri. Quest'eredità ci spinge a dire come interpretiamo i cambiamenti e dove stiamo andando, nel sogno e speranza, che la contaminazione cresca e il biologico diventi la prima economia alimentare al mondo.

Qualità. Va sottolineato che, tra le varie motivazioni pienamente sposate di natura morale/etica/ambientale, per Pascucci ne emerge una puramente tecnica e qualitativa della quale si parla sempre poco. Le caratteristiche organolettiche dei prodotti biologici sono migliori, il profumo e i sapori sono originali e fedeli alla loro essenza primaria.

Assaporando un frutto biologico o assaggiando un bicchiere di latte, se si comparano con le migliori qualità convenzionali ne emerge sempre una differenza assoluta. Il sapore del Bio è la fragranza reale del prodotto. Nel caffè la fertilizzazione aggressiva sta standardizzando i sentori. Le tecniche di coltivazione, ormai simili nei paesi maggiormente organizzati che fanno uso di fertilizzanti di sintesi, stanno causando la scomparsa delle differenti caratteristiche che clima e territorio da sempre determinano. Oggi la vastità e la quantità di prodotti biologici è ancora limitata, proprio per questo dobbiamo insistere e spingere in questa direzione.

Long ago, I asked Gino a precise question: "don't you believe that this approach to the organic world by too many people who are doing it just for business may cause harm?"

His answer left me astonished: "No, no harm, they would chase business in any case and given the choice, organic is better. The more, the merrier. The problem are the dishonest ones, they are everywhere and in order to gain they are willing to cheat. They ruin our work but they do not understand that, first of all, they ruin themselves". This was Gino's answer.

Giants of the organic sector such as Gino have inspired us and have also left us a moral legacy, one which it is difficult to carry on: that of always being in the front line and of fighting in order to

spread what today is a primary value for our society. A heritage that requires us to narrate, to transparently describe all our actions and our thoughts. This legacy urges us to say how we interpret changes and where we are going, our dreams and hopes, so that contamination may grow and organic food become the first economy in the world.

Quality. It should be pointed out that, among the various fully endorsed moral/ethical/environmental motivations, one which is purely technical and qualitative emerges for Pascucci, which we always talk about so little. The organoleptic characteristics of organic products are better, aromas and flavours are original and true to their

primary essence. There is always a great difference when you compare the best conventional quality with savouring an organic fruit or tasting a glass of milk. The Organic flavour is the actual fragrance of the product. In the coffee world, aggressive fertilisation is standardising nuances. Cultivation techniques are now very alike in all the major organised countries which use artificial fertilisers and this is causing the disappearance of the different features which climate and soil have always determined. Today, the breadth and quantity of organic products is still limited and it is for this reason that we must insist and continue to push in this direction.



ONLY ORGANIC

Giustificazione. Sia chiaro, la nostra è un'impresa che sta lavorando per convertirsi al biologico: una buona parte di prodotto che di fatto è biologico, ma non ancora certificato, entra già nelle nostre miscele convenzionali. Poco più del 10% del nostro volume d'affari rientra nel biologico certificato mentre con l'equo e solidale siamo appena al 15%. Troppo poco per mettersi a parlare e permettere di farsi sentire ma le giustificazioni esistono e sono le stesse per tutte le imprese del nostro settore che intendono fare Bio:

- le materie prime sono ancora scarse e dobbiamo lavorare con paesi in via di sviluppo dove le certificazioni sono un miraggio, perché particolarmente complesse;
- la nostra è una torrefazione la cui tradizione è la miscela per espresso e questo richiede una maggior quantità di origini differenti, che stiano bene insieme e siano stabili nel tempo;
- la clientela è ampia e diffusa in varie parti del mondo, è suddivisa in differenti categorie e non è ancora pronta alla conversione;
- intraprendere e sviluppare una nuova azienda nel biologico è diverso che convertire un'impresa con rapporti agricoli, fornitori, lavoratori, volumi e clienti esistenti.

Fatta questa lunga premessa, entriamo nel tema.

Justification. Let me be clear, ours is an enterprise which is working to convert itself to organic: a good part of our production which is actually organic, but not yet certified, already goes into our conventional blends. Just over 10% of our turnover is based on certified organic production while only 15% on Fair Trade products. Too little to open our mouths and allow our voice to be heard, but the justifications exist and they are the same for all companies in our industry who want to sell organic products:

- raw materials are still scarce and we must deal with developing countries where certifications are often a mirage, as they are particularly difficult to obtain;
- ours is a coffee roasting company whose tradition is based on an espresso blend and this requires a great number of different origins which must go well together and be stable overtime;
- our clientele is a broad one, scattered in various parts of the world, it is divided into different categories and is not yet ready for conversion;
- launching and developing a new company in the organic field is different from converting an enterprise with existing agricultural relationships, suppliers, workers, volumes and customers.

After this long digression, let's begin our true topic.

PASCUCCI BIO



ORIGINI

India, Brasile, Etiopia, Perù, Guatemala, Messico, Papua Nuova Guinea, Repubblica Dominicana, Bolivia, Colombia, Honduras

ORIGINS

India, Brazil, Ethiopia, Peru, Guatemala, Mexico, Papua New Guinea, Dominican Republic, Bolivia, Colombia, Honduras

PROCESSO / PROCESSING SYSTEM

Metodo naturale e lavato / Natural and washed method

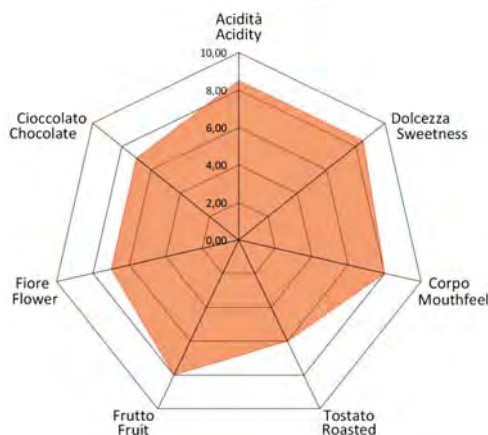
FORZA / STRENGTH: Leggermente forte / Lightly strong

CAFFEINA / CAFFEINE: 1,24 %

TOSTATURA / ROASTING



RAPPORTO DI ASSAGGIO / TASTING REPORT



NOTE

L'acidità aromatica dei buoni arabica lavati prevale un po' su tutto. Emergono invadenti le note fruttate di albicocca, avocado e mandorle verdi. Un caffè molto dolce, dal retrogusto delicato.

NOTES

The aromatic acidity of the fine washed arabica prevails on everything. Emerge intrusive fruity notes of apricot, avocado and green almonds. A coffee very sweet, with a delicate aftertaste.

Guerra aperta. Ciò che sta accadendo nel mondo dell'agricoltura è una divisione sempre più netta tra due visioni contrapposte. La prima, definita agricoltura "convenzionale", è quella che da anni porta sul mercato la maggior parte dei prodotti e che promuove la coltivazione secondo un processo industriale via via più intensivo. La seconda, l'agricoltura definita "biologica", è più primitiva e coltiva i frutti del terreno nel totale rispetto dei processi naturali. I sostenitori dei due metodi sono in conflitto tra loro, entrambi coadiuvati da un'enorme quantità di ricerche e testi pubblicati che li giustificano e squalificano a vicenda.

Può sembrare eccessivo, ma su questo conflitto agricolo unito al problema dell'inquinamento e dello scarto ci si gioca il futuro della biosfera e del mondo.

Le basi fondamentali dei due processi agricoli.

L'agricoltura "convenzionale", quella che è in grado di produrre frutti in abbondante quantità che possiamo trovare ogni giorno sugli scaffali dei supermercati, è fondata sull'idea che per ottenere raccolti in modo economico e in quantità maggiori, il terreno vada trattato in modo industriale e sia rinforzato con i fertilizzanti di sintesi. I suoi frutti devono essere protetti con gli antiparassitari di derivazione chimica. Questo tipo di agricoltura, è circondata e supportata da alcune industrie multinazionali che svolgono un colossale lavoro di ricerca scientifica. L'attività di questo tipo d'industria è concentrata nella creazione di sementi brevettate e protette, ricerca e compone chimicamente i fertilizzanti del terreno per nutrire abbondantemente e velocemente la pianta, e lavora per proteggere dagli insetti la pianta stessa. A tutt'oggi, la maggiore attività di ricerca che questa industria svolge e, di conseguenza, gli investimenti più importanti, riguardano la sperimentazione genetica (OGM).

L'agricoltura "biologica", quella che si trova principalmente nei negozi specializzati dedicati al biologico, opera invece in modo completamente opposto. Gli OGM sono chiaramente banditi, come non si utilizza nessun prodotto di derivazione sintetica. I fertilizzanti sono sempre di origine naturale e devono esserlo anche le cure. La filosofia di base è che la natura contiene già di per sé tutto quanto è necessario al benessere delle colture. La ricerca e la sperimentazione devono concentrarsi soprattutto su come, quando, e dove, usare quello che la natura offre. Il regime di coltivazione biologica più puro, quello nobile dei padri fondatori, ha il grande obiettivo di nutrire in modo sano e di preservare la biodiversità, in quanto, ogni organismo vivente contribuisce ed è utile al ciclo complessivo della vita.

Carlin Petrini, fondatore di Slow Food. "L'agricoltura, che dovrebbe fondarsi su un'alleanza tra uomo e natura, è diventata invece una guerra. E non è un caso che le tecnologie per fare i pesticidi provengono tutte dall'industria bellica: l'agricoltura industriale è di fatto una dichiarazione di guerra alla terra."

Open war. What is happening in the world of agriculture is that there is an increasingly sharp division between two opposing visions. The first, defined as "conventional" agriculture, is the one that for years has been bringing on the market most of the products and which promotes cultivation according to an increasingly intensive industrial process. The second, so-called "organic" agriculture, is more primitive, and cultivates the fruits of the land by totally respecting all natural processes. The supporters of the two methods are in conflict with each other, both are supported

by an enormous amount of research and published texts which equally justify and disqualify each other.

It may seem excessive, but this agricultural conflict combined with the problem of pollution and waste is where we are betting on the future of the biosphere and the world.



The basics of the two agricultural systems. "Conventional" agriculture, the one that is able to produce the abundant fruits that we then find every day on our supermarket shelves, is based on the idea that the land should be treated industrially and strengthened with synthetic fertilisers in order to obtain cheaper and larger harvests. The fruits of the land must be protected with chemical pesticides. This type of agriculture is surrounded and supported by some multinational companies which carry out a colossal quantity of scientific research. The work of this type of industry is concentrated in creating patented and protected seeds, it studies and chemically composes soil fertilisers to feed the plant plentifully and quickly, and works to protect the plant itself from all insects. To date, this industry's major research and consequently its main investment lies in genetic testing (GMO).

"Organic" agriculture, the one that is mainly found in specialised stores dedicated to organic foodstuffs, operates instead in a completely opposite direction. GMOs are clearly banned as is any synthetic product. Fertilisers are always natural as are all treatments. Its basic philosophy is that nature already has all that is necessary for the welfare of the crops. Research and experimentation should focus in particular on how, when, and where to use what nature provides. The strictest system of organic cultivation, the noble one used by the founding fathers, has the great objective of healthy feeding and of preserving biodiversity, as every living organism contributes and helps the overall cycle of life.

Carlin Petrini, founder of Slow Food. "Agriculture, which should be based on an alliance between man and nature, has become a war instead. It is no coincidence that the techno-



La Paura. La paura è stato d'animo, è istinto, come la fame: quando sei affamato, devi mangiare. Se ti trovi di fronte ad una situazione pericolosa che tu lo voglia o no, ti spaventi. Non è una questione di volontà, accade e basta. Quello cui oggi assistiamo è tremendo, la gente, in qualsiasi parte del mondo sviluppato essa si trovi, viene continuamente bombardata da informazioni di carattere negativo, incerte, alcune vere, altre false, quasi sempre inquietanti, che danno a chi le riceve un senso di incertezza e smarrimento. La paura di perdere quello che si ha, domina e deprime il mondo. Il web è lo strumento più adatto a questo scambio orizzontale di notizie: può trasmettere il bene e il bello ma anche infondere timore e paura. Del web ancora non se ne conoscono i limiti e la gestione delle informazioni che vi transitano è ancora caotica e eccessivamente radicale, come in alcuni paesi asiatici o passa attraverso regole ancora incomplete, in Europa e negli U.S.A. Sulla base di questo, ci stiamo ormai abituando a leggere e ascoltare parole che inquinano la verità e la rendono sempre più fosca. Oggi si dice tutto e tutto il suo contrario.

Di paura si nutrono e s'ingrassano coloro che dell'agricoltura industriale sono i promotori. Le poche Business Company della chimica crescono e si divorano tra loro. Dalla paura sono influenzati sia quegli agricoltori che non producono in biologico ma che lo sentono proprio, sono incuriositi, sia coloro che nei primi esperimenti di conversione si sono arresi perché il loro terreno è ormai azzerato, quasi desertificato. Capiscono di essere schiavi di un ciclo avviato, sanno che dopo aver incautamente coltivato monocolture sovraccaricandole di chimica sono ormai costretti a proseguire in questa direzione: i terreni rendono loro poco, sempre meno, mentre aumentano i profitti dell'industria che li ha fagocitati. Questi sono gli agricoltori che probabilmente hanno mollato perché intimoriti per il proprio futuro. Costoro andrebbero aiutati. I sussidi dovrebbero essere destinati esclusivamente a loro.

7 miliardi. Sulla terra in questi ultimi cinquanta anni siamo raddoppiati, siamo ormai sette miliardi. Su questa cifra i promotori dell'agricoltura industriale

logies used to produce pesticides all derive from the war industry: industrial agriculture is in fact a declaration of war to the land".

Fear. Fear is a state of mind, it's instinctive, like hunger: when you're hungry, you must eat. If you are faced with a dangerous situation, whether you like it or not, you are afraid. It is not a matter of will, it just happens. What we are seeing today is tremendous, people, anywhere in the developed world, are constantly being bombarded with negative, uncertain information, some true, some false, almost always disturbing, giving the recipient a sense of uncertainty and bewilderment. The fear of losing what one has depresses and dominates the world. The web is the most appropriate tool for this horizontal exchange of news: it can transmit the good and the beautiful but also instill awe and fear. We still do not know the web's limits and management of the information which is transmitted through it is still chaotic and too often excessively radical, such as in some Asian countries, or goes through rules which are still incomplete, as in Europe and the U.S.A. Based on this, we are now getting used to reading and listening to words that pollute the truth and make it increasingly gloomy. Today we say everything and its opposite. This fear feeds and fattens the promoters of this industrial agriculture.



Le popolazioni colombiane degli Wintukua/Arhuaco Kággaba/Kogui Wiwa/Arzario Kaku' chukwa/Kankuamo. Caffè Pascucci sta contribuendo alle iniziative di tutela della cultura ancestrale di queste popolazioni.

The Colombian populations of Wintukua/Arhuaco Kággaba/Kogui Wiwa/Arzario Kaku' chukwa/Kankuamo. Caffè Pascucci is contributing to the initiatives to protect the ancestral culture of these populations.

Todos somos responsables!

alimentano la paura. Gli scopi sono sempre gli stessi: avere libertà di azione e convincere l'opinione pubblica della bontà del proprio operato; ottenere liberatorie dai governi per produrre senza limiti e portare profitto a casa di azionisti sostanzialmente disinteressati, incuranti delle sorti del mondo. Questa propagandistica spada di Damocle è però messa in discussione da correnti di pensiero autorevoli e di parere radicalmente opposto, secondo le quali dovremmo temere piuttosto questa chimica che sta riducendo le produzioni complessive. Dovremmo sapere che l'industrializzazione agricola sta causando la dismissione di terreni ormai vuoti. Dovremmo sapere che la scarsa produzione e l'obbligo di utilizzare sementi e fertilizzanti costosi, rendono sempre meno conveniente qualsiasi coltura, in ogni parte del mondo. Dovremmo ascoltare le parole di Vandana Shiva, quando ci spiega che gli agricoltori indiani che, fertilizzando secondo le indicazioni dell'industria, abbandonano le coltivazioni. Dovremmo fare attenzione, quando ci racconta che 291.000 contadini si sono suicidati per essersi indebitati nel coltivare cotone transgenico su terreni ormai impoveriti.

«Noi possiamo sopravvivere come specie solo se viviamo in accordo alle leggi della biosfera. La biosfera può soddisfare i bisogni di tutti se l'economia globale rispetta i limiti imposti dalla sostenibilità e dalla giustizia. Come ci ha ricordato Gandhi: "La Terra ha abbastanza per i bisogni di tutti, ma non per l'avidità di alcune persone"» Vandana Shiva. Produrre e consumare il biologico è una scelta: per il sapore dei prodotti; per non ingerire e mettere in circolo nell'organismo sostanze tossiche, residui di fertilizzanti e anti-parassitari; per preservare la terra e rispettarla.

The few Chemical Big Firms grow and devour each other. This fear also influences both those farmers who do not produce organic products but who relate to them and are curious and those who surrendered during the first conversion experiments because their land is now reduced to nothing, almost a desert. They realise that they are slaves of a well-established cycle, they know that after having recklessly grown monocultures by overloading them with chemical products they are now forced to continue in this direction: their land gives them little, increasingly less, while the profits of the industry which has engulfed them keep growing. These are the farmers who have probably given up because they are afraid for their future. They should be helped. Aid should be targeted exclusively for them.

7 billion. We have doubled on earth during these last fifty years, there are seven billion of us now. The promoters of industrial agriculture feed the fear by exploiting this figure. The objectives are always the same: to have freedom of action and to convince public opinion of the goodness of their actions; to obtain clearances from governments in order to produce without any limitation and to create profit for the shareholders who are basically disinterested, indifferent to the fate of the world. This propagandistic sword of Damocles, however, is challenged by radically opposed authoritative schools of thought, according to which we should instead fear this chemistry which is reducing the overall production. We should know by now that agricultural industrialisation is causing now-empty lands to be abandoned. We should know that lack of production and this coercion to use expensive seeds and fertilisers are making any crop in any part of the world increasingly less affordable. We should mark the words of Vandana Shiva, when he explains that Indian farmers who fertilise according to the industry's indications then abandon their crops. We should be careful, when he tells us that 291,000 farmers have committed suicide because they fell into debt in order to cultivate transgenic cotton on now depleted soils.

« We can only survive as a species if we live according to the laws of our biosphere. The biosphere can meet everyone's needs if the global economy respects the limits set by sustainability and by justice. As Gandhi reminded us: "The Earth has enough for the needs of everyone, but not for the greed of the few" » Vandana Shiva.

Producing and consuming organic food is a choice: because of the taste of the products; because of the need to not ingest and put toxins, residues of fertilisers and pesticides into circulation in our bodies; because of the need to preserve and respect the land.

CAFFÈ PASCUCCI



**CAFFÈ
FREDDO**

...
COLD BREW COFFEE

CAFFÈ BIOLOGICO INFUSO A FREDDO

JUTABIO

da agricoltura biologica
by organic farming

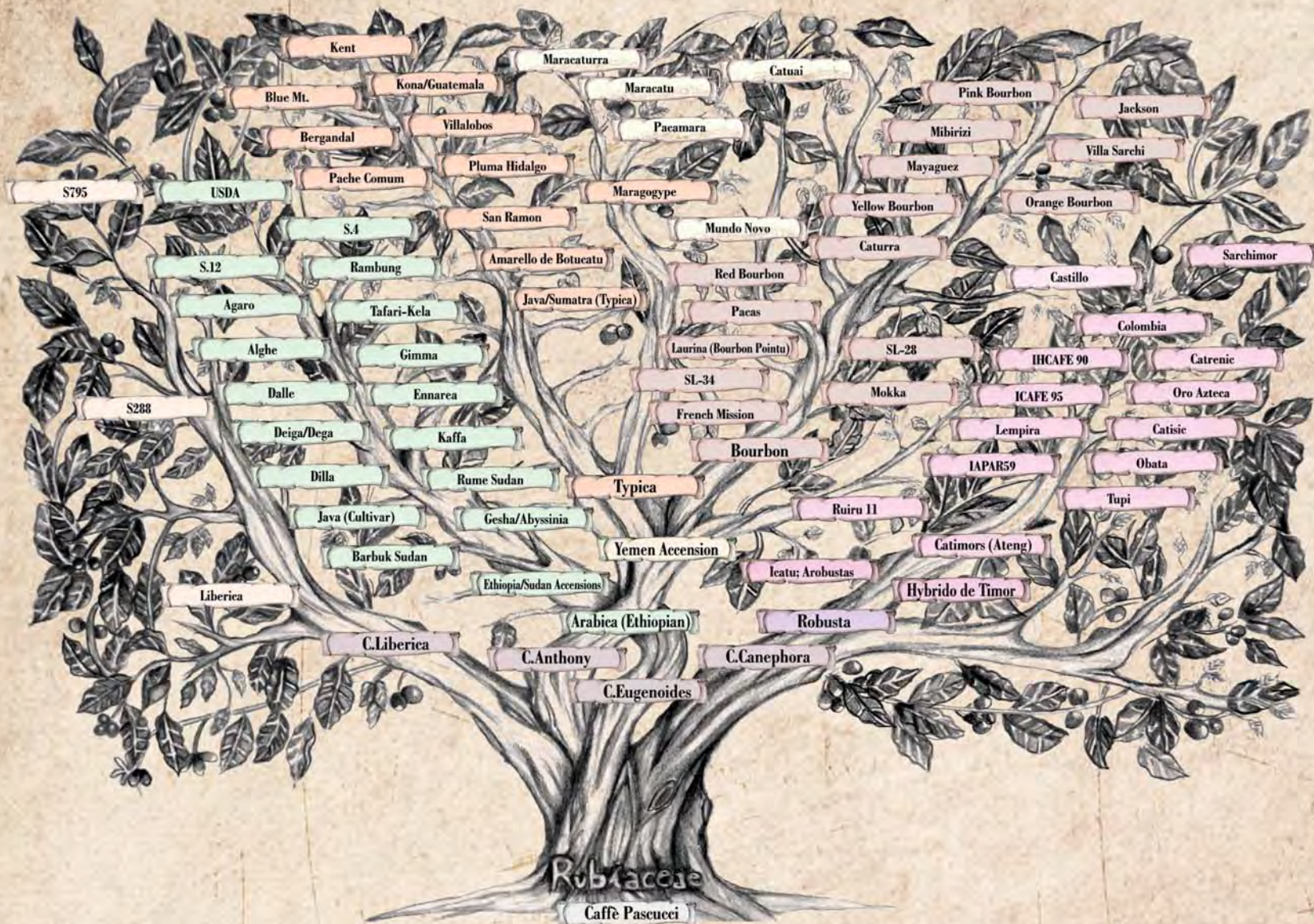


zuccherato / with sugar
senza zucchero / sugar free





CUP OF EXCELLENCE



Cup of Excellence è il più prestigioso premio che possa ottenere un caffè di qualità. Il livello di controllo a cui una tazza deve sottoporsi è impareggiabile ovunque nel settore del caffè. I vincitori Cup of Excellence sono testati almeno 5 volte (la 'Top 10' viene testata di nuovo) durante la competizione che dura tre settimane. Durante questo processo di selezione migliaia di tazze sono assaggiate e valutate in base alle loro caratteristiche esemplari. I prezzi che questi caffè ricevono all'asta hanno battuto tutti i record e dimostrano che c'è una grande richiesta di questi eccezionali caffè di provenienza identificata.

La Cup of Excellence ha creato una infrastruttura molto più trasparente per i caffè di alta qualità. Le torrefazioni possono ora identificare, trovare e costruire relazioni con i coltivatori di caffè di qualità superiore. Essa riunisce la torrefazione di alta qualità ed il contadino di alta qualità ed aiuta entrambi a comprendere ed apprezzare le sfumature ed i profili aromatici di caffè rari ed esemplari. Ha cambiato la struttura dei prezzi per gli agricoltori ed ha scoperto molti dei caffè incredibili che hanno costruito l'entusiasmo e la fedeltà dei consumatori.

L'Alliance for Coffee Excellence (ACE) è l'organizzazione no-profit che ha creato e che gestisce il programma della Cup of Excellence. ACE svolge anche attività di formazione, sperimentazione ed altre attività volte ad aumentare l'interesse verso i caffè speciali in tutto il Mondo.

Caffè Pascucci è un membro di ACE e partecipa da alcuni anni alle aste aggiudicandosi preziosi lotti di Cup of Excellence. Dai profumati Costa Rica ai pregiati chicchi dell'Honduras. Questi caffè mostrano pienamente le loro qualità se estratti attraverso sistemi che ne conservano ed esaltano le caratteristiche organolettiche.

Cup of Excellence is the most prestigious award given to a fine quality coffee. The level of scrutiny that Cup of Excellence coffees undergo is unmatched anywhere in the coffee industry. All of the Cup of Excellence award winners are cupped at least 5 times (the 'Top 10' are cupped again) during the 3-week competition. During this selection process, thousands of cups are evaluated, tasted and scored based on their exemplary characteristics. The prices that these winnings coffees receive at auction have broken records and proven that there is a huge demand for these rare farmer identified coffees.

Cup of Excellence has created a much more transparent infrastructure for high quality coffee. Roasters can now identify, find and build relationships with growers of superior coffees. It brings together the high quality roaster and the high quality farmer and helps both understand and appreciate the nuances and flavor profiles of rare exemplary coffees. It has changed the pricing structure for farmers and has discovered many of the incredible coffees that have built consumer excitement and loyalty.

The Alliance for Coffee Excellence (ACE) is the not-for-profit organization that owns and manages the Cup of Excellence® program. ACE also conducts training, testing and other activities designed to increase the appreciation of exemplary coffee worldwide.

Caffè Pascucci is an ACE member and participate for several years at auction winning valuable lots of Cup of Excellence. Perfumed by Costa Rica to the precious beans Honduras. These coffee show fully their quality if extracted through systems that conserve and exalt the organoleptic characteristics.



NICARAGUA

FINCA LAS BRUMAS RINA LISETH PAGUAGA BUITRAGO

Las Brumas si trova a 1.550 metri s.l.m., tra le montagne di San Fernando, dove grandi pinete circondano le piantagioni di caffè. Raggiungere la cima della montagna è una sfida che vale la pena di vivere, per godersi l'aria fresca e la splendida vista delle montagne e laghi circostanti. La Finca Las Brumas è di proprietà della nostra famiglia dal 1997, quando abbiamo iniziato a piantare una varietà di piantine di caffè che non era mai stata coltivata in Nicaragua: la varietà Pacamara. A causa della topografia e del clima freddo, ci siamo concentrati sulla coltivazione di questa varietà che si è integrata molto bene con il territorio. Abbiamo coltivato 20 ettari di caffè, ma la maggior parte della nostra proprietà è coperta con grandi pini. La nostra famiglia si dedica al caffè da quattro generazioni, da mio nonno a mio nipote.

Caratteristiche dell'organizzazione / Property Characteristics:

Fattoria / Farm: Las Brumas

Agricoltore / Farmer: Rina Liseth Paguaga Buitrago

Città / City: San Fernando

Regione / Region: Nueva Segovia

Paese / Country: Nicaragua

Dimensione fattoria / Farm Size: 60.00 Ettari / Hectares

Area destinata al caffè / Coffee growing area: 20.00 Ettari / Hectares

Altitudine / Altitude: 1450 m s.l.m. / masl

Caratteristiche del caffè / Coffee Characteristics:

Varietà / Variety: Pacamara

Processo / Processing System: Lavato / Washed

Punteggio della giuria internazionale / International Jury Score: 88.67

Las Brumas is located at 1,550 masl, in the mountains of San Fernando where great pine forests surrounding coffee plantations. To reach the top of the mountain is a challenge that is worth to enjoy the fresh air and the wonderful view where you see plenty of mountains and lake.

Farm Las Brumas has been in our family since 1997 when it started planting a variety of nurseries coffee not before grown in Nicaragua, the Pacamara variety. Due to the topography and the cold weather, we have focused on growing this variety and have integrated very well into the area. We cultivated 20 acres of coffee but most of the property is covered with even great pines. Our family has four generations dedicated to coffee from my grandfather to my nephew.

Descrizione / Top Jury Descriptions:

AROMA / GUSTO / FLAVOR: grappa di albicocca, rosa tea, cioccolato bianco, arancia rossa, mandorle, fico, vaniglia, miele in favi, caramello / apricot brandy, tea rose, white chocolate, blood orange, almonds fig, vanilla, honeycomb, caramel

ACIDITA' / ACIDITY: limone dolce, mela, acidità della mela rossa, pesca, equilibrato / sweet lemon, apple, red apple acidity, peach, balanced

ALTRO / OTHER: cremoso, succoso, rotondo, dolce, miele, cereali, elegante, delicato, finale succoso / creamy juicy, round, sweet honey cereal elegant, delicate, juicy finish



HONDURAS

EL ESPEJO FREDY LEONEL CASTELLANOS HERNANDEZ

El Espejo si trova nella regione di Santa Barbara in Honduras. La zona è dotata di una ricca varietà di specie arboree, cespugli di more, acqua pulita e natura incontaminata.

Tuttavia risulta difficile raggiungere il luogo per poter ammirare la sua bellezza. Nessuna strada può essere costruita fino alla fattoria, perché si trova molto vicina al confine del Parco Nazionale di Santa Barbara.

Di conseguenza, i produttori devono camminare a lungo su un sentiero difficile per arrivare alla piantagione, così come fertilizzanti e altri materiali devono essere trasportati a dorso di mulo.

Caratteristiche dell'organizzazione / Property Characteristics:

Fattoria / Farm: El Espejo

Agricoltore-Rappresentante / Farmer: Fredy Leonel Castellanos Hernandez

Città / City: Las Vegas

Regione / Region: Santa Barbara

Paese / Country: Honduras

Caratteristiche del caffè / Coffee Characteristics:

Varietà / Variety: Pacas

Punteggio della giuria internazionale / International Jury Score: 90.42

Descrizione / Top Jury Descriptions:

AROMA / GUSTO / FLAVOR: miele, mora, frutta secca, albicocca, gelsomino, guava,

El Espejo is located on a stunning landscape in Los Andes, Santa Barbara. Here you will find a rich diversity of tree species, clean and pure spring

water, blackberry bushes, and much more. However, if you want to appreciate all of this beauty there is a difficult hour of walking ahead for you! No road can be built to the farm because it is located so close to the border of the Santa Barbara National

Park.

Producers have to walk on a trail once or twice daily to get to the farm and coffee, as well as fertilizers and other materials have to be transported by mule.

sambuco, uva, pompelmo / Honey, blackberry, dried fruit, apricot, jasmine, guava, elderberry, grape, grapefruit

ACIDITA' / ACIDITY: complesso, vibrante, succoso, brillante / Complex, vibrant, juicy, sparkling

ALTRO / OTHER: multidimensionale, a strati, vellutato, finale dolce, limpido / Multidimensional, layered, silky, sweet finish, clarity



BURUNDI

NKONDO SOGESTAL KIRIMIRO

Questo impianto di lavaggio del caffè ha una capacità di 1800 tonnellate. Utilizza una decorticatrice conosciuta come Mac Kinnon.

L'obiettivo è la produzione di un caffè di grande qualità, in grado di essere fortemente competitivo. Lo staff dell'impianto collabora con i produttori di caffè, trasmettendo loro le migliori tecniche agricole in grado di aumentare la produzione, e quindi i loro ricavi.

Caratteristiche dell'organizzazione / Property Characteristics:

Fattoria / Farm: Nkondo

Agricoltore / Farmer: Sogestal Kirimiro

Città / City: Nyarusange Gitega

Regione / Region: Gitega

Paese / Country: Burundi

Altitudine / Altitude: 1786 m s.l.m. / masl

Certificazione / Certification: nessuna / none

Caratteristiche del caffè / Coffee Characteristics:

Varietà / Variety: Bourbon

This coffee washing station has the capacity of processing 1800 MT of cherries. It is using the pulping machinery known as Mac Kinnon.

It aims at producing great quality of coffee in order to be highly competitive. It helps coffee farmers by training them on best agricultural practices to increase production therefore increase their revenues.

Processo / Processing System: Lavato / Washed

Punteggio della giuria internazionale / International Jury Score: 85.94

Descrizione / Top Jury Descriptions:

AROMA / GUSTO / FLAVOR: miele, noci, cioccolato, zucchero di canna, caramello, ciliegia, vaniglia, floreale, mela verde / honey, nuts, chocolate, brown sugar, caramel, cherry, vanilla, floral, green apples.

ACIDITA' / ACIDITY: malica, citrica / malice, citric

ALTRO / OTHER: Rotondo, citrico, corpo burroso, complesso /citric, round, buttery body, complex



COSTA RICA

EL TRAPICHE GELBERT NARANJO VARGAS

Situato a Santa Rosa di León Cortés, El Trapiche si trova a 1.900 metri sul livello del mare. Questa azienda ha diverse caratteristiche che avvantaggiano il caffè: il clima perfetto, la posizione del sole, la maturazione lenta che permette una migliore concentrazione degli attributi del caffè, varietà adattate per l'altezza (Caturra, Catuai rosso, moka, bourbon, geisha e tipica); terreni ricchi di materiale organico, supportati da buone pratiche agronomiche. Questa fattoria ha preso il nome dal fatto che i suoi ex proprietari avevano un "trapiche": un mulino utilizzato per elaborare la canna da zucchero. Il caffè da El Trapiche viene lavato al Beneficio di Santa Rosa 1900. Ora appartiene a Agrícola Agrinava Society, formata da padre e figlio, con una grande passione per il business del caffè. Dopo essersi dedicati per tre anni alla processatura del loro caffè, hanno deciso di partecipare alla Cup of Excellence, sperando di acquisire esperienza e visibilità mondiale come piccoli produttori. Questa è stata una straordinaria avventura per tutta la famiglia, che gli ha permesso non solo di ottenere un posto nell'asta, ma anche di incontrare nuovi acquirenti e cuppers!

Located in Santa Rosa of León Cortés, El Trapiche is set at 1900 meters above sea level. This farm has several characteristics that benefit the coffee: perfect climate, the position of the sun, the slow ripening which allows the better concentration of coffee attributes, varieties adapted to height (catarra, red catuai, moka, bourbon, geisha and typical); rich soils in organic materials and good agronomical practices. This farm is named after its former owners who had a "trapiche": a mill used to elaborate sweet caps from sugar cane. We decided to keep the name because the meaning and tradition this represents in our families and country. The coffee from El Trapiche is milled at the Beneficio Santa Rosa 1900. It now belongs to Agrícola Agrinava Society formed by father and son, were both have a great passion for the coffee business. After three years of being involved in the milling of our own coffee, we decided to participate in Cup of Excellence, hoping to gain experience and exposure worldwide as small producers. It was a great and pleasant surprise going thru to the International cuppings knowing that the competition was tough, participating against great producers. This has been an amazing adventure for the whole family, not only obtaining a spot on the auction but also because we have met great people, new buyers and cuppers!



Caratteristiche dell'organizzazione / Property Characteristics:

Fattoria / Farm: El Trapiche

Agricoltore / Farmer: Gelbert Naranjo Vargas

Città / City: León Cortés Llano Bonito

Regione / Region: Tarrazú

Paese / Country: Costa Rica

Dimensione fattoria / Farm Size: 8.00 Ettari / Hectares

Area destinata al caffè / Coffee growing area: 7.00 Ettari / Hectares

Altitudine / Altitude: 1900 m s.l.m. / masl

Certificazione / Certification: nessuna / none

Caratteristiche del caffè / Coffee Characteristics:

Varietà / Variety: Catuai

Processo / Processing System: Lavato / Washed

Punteggio della giuria internazionale / International Jury Score: 88.14

Descrizione / Top Jury Descriptions:

AROMA / AROMA: pesche e crema, albicocca, caramello, cioccolato al latte, zucchero di canna, melata, canna da zucchero, pera / peaches and cream, apricot, caramel, milk chocolate, brown sugar, honeydew, sugar cane, pear

ACIDITÀ / ACIDITY: citrico, arancia, agrumato, complesso / citric, orange, zesty, complex
CORPO / BODY: equilibrato, morbido, sciroppo, burro, velluto / balanced, smooth, syrup, butter, velvet



COSTA RICA

LOS PINOS MIGUEL MOLINA NAVARRO

Miguel ha acquistato l'azienda agricola 20 anni fa, quando si è sposato. A quel tempo il terreno era un pascolo e non era buono per coltivare caffè, perché era più fresco che al giorno d'oggi a causa della sua altitudine. Ha iniziato a seminare i migliori caffè ed oggi ha quasi 8 ettari seminati e ha ancora metà della fattoria da seminare. Miguel è un grande lavoratore e si dedica da 10 a 12 ore al giorno alla sua fattoria. Ha due figli, il più grande è sposato e vive fuori della fattoria e il più giovane è ancora in casa, ma non aiuta il padre nel lavoro della fattoria. Per la maggior parte del lavoro in azienda Miguel conta sull'aiuto di lavoratori panamensi e del Nicaragua. Questa è la seconda volta che Miguel partecipa alla Cup of Excellence. Il lotto era lavato ed asciugato al sole.

Miguel bought the farm 20 years ago when he got married. At that time the farm was a pasture field and was not good for coffee because it was cooler than nowadays because of its altitude. He started sowing the warmest lots and today he has almost 8 sown hectares and still has half of the farm to sow Miguel is a hard worker and dedicates 10 to 12 hours a day to his farm. He has two children, the oldest is married and lives out of the farm and the youngest is still at the house but does not help with the farm. For most of the work in the farm he counts with Panamanian and Nicaraguan help. This is the second time he participates in Cup of Excellence. The lot was mechanical washed and sun dried.

Caratteristiche dell'organizzazione / Property Characteristics:

Fattoria / Farm: Los Pinos

Agricoltore / Farmer: Miguel Molina Navarro

Città / City: El Alumbre

Regione / Region: Valle Occidental

Paese / Country: Costa Rica

Dimensione fattoria / Farm Size: 16.00 Ettari / Hectares

Area destinata al caffè / Coffee growing area: 8.00 Ettari / Hectares

Altitudine / Altitude: 1700 m s.l.m. / masl

Certificazione / Certification: nessuna / none

Processo / Processing System: Lavato / mechanical washed / sun dried

Punteggio della giuria internazionale / International Jury Score: 86.57

Descrizione / Top Jury Descriptions:

AROMA / AROMA: cacao, sciroppo d'acero, lavanda, mela rossa / cocoa, maple syrup, lavender, red apple

GUSTO / FLAVOR: zucchero di canna, cacao, cannella, uva passa, tabacco in foglia, cardamomo, pepe, albicocca / brown sugar, cocoa, raisin, cinnamon, tobacco leaf, cardamom, pepper, apricot

ACIDITÀ / ACIDITY: rotondo, dolce, delicato / malic, round, sweet, delicate

ALTRO / OTHER: lieve acidità, cioccolato al latte nel retrogusto, corpo vellutato / mild acidity, milk chocolate in aftertaste, velvety body



RWANDA

CAFERWA GAFUNZO/GISHUGI FAUSTIN MBUNDU

Caferwa Ltd è uno dei più esperti esportatori di caffè. Possiede 4 impianti di lavaggio e un impianto di essiccazione al naturale con sede a Kigali. Questa organizzazione permette un controllo totale della catena, dalla ricezione dei chicchi in uscita dall'impianto di lavaggio, attraverso il processo a secco, fino alla preparazione per la spedizione. Lo staff dell'impianto di lavaggio di Gishugi vanta un'esperienza ventennale nella lavorazione e nel controllo della qualità. Forti di un ottimo rapporto instaurato con gli agricoltori, e con la volontà di offrire un'ottima qualità al consumatore, si è deciso di mettere estrema cura nel controllo della piantagione, permettendo così la raccolta di frutti completamente maturi. Dopo la decorticazione, seguono i processi di fermentazione asciutta e umida. In seguito i chicchi sono lavati in acqua di sorgente, dopodiché vengono sottoposti a una lenta asciugatura al sole e un'accurata selezione manuale. L'impianto di Gishugi lavora a stretto contatto con i vicini agricoltori, raggruppati nella cooperativa Abizerana, composta da 137 coltivatori di caffè (55% di donne), dislocati in differenti settori, tra cui Shangi, Nyabiteri e Ngoma. A fianco dell'attività di coltivazione e raccolta del caffè, è stato approntato un meccanismo di supporto agli agricoltori, al fine di migliorarne le condizioni di vita. In aggiunta a ciò che viene ricavato dal caffè, è presente un punto vendita per le altre colture, finanziato dall'impianto di lavaggio del caffè, ma gestito interamente dai coltivatori. In questo modo, questi sono incoraggiati a collaborare strettamente con lo staff dell'impianto. Caferwa prevede all'assistenza sanitaria per i membri della cooperativa, nonché alla fornitura di fertilizzanti e alla formazione per gli agricoltori che trasportano i frutti all'impianto di lavaggio di Shangi. Caferwa fa parte di un piano di investimenti per le compagnie di caffè del Ruanda, insieme a SOCOR Ltd, Karengera Ltd e Kznoir Ltd. Nel loro insieme, in Ruanda queste compagnie controllano 8 impianti di lavaggio del caffè e 2 impianti per l'essiccazione naturale. Kznoir Ltd è specializzata nella lavorazione e nell'esportazione in tutto il mondo di caffè di alta qualità, nonché nella



costruzione di una partnership duratura, sostenibile e trasparente con gli agricoltori.

Caferwa Ltd is one of the oldest coffee exporters and have 4 washing stations and a dry mill located in Kigali, which allows full control of the supply chain from cherries received from the washing stations and processed through our dry mill ready for export. Gishugi coffee washing station has staff that has 20 years of experience in processing and quality control. Together with good relation with farmers and good will to offer awesome quality to the consumer, they have concluded

to care their farm and harvest cherries fully ripe. And after pulping, the dry and wet fermentation process follows and the beans are fully washed with spring water. And finally the beans are slowly sun-dried and hand sorted many times by women. Gishugi coffee working station works very closely with the neighboring coffee farmers grouped into Abizerana cooperative. The cooperative is composed of 137 coffee growers/farmers (55% women) who are located into different sectors including Shangi, Nyabiteri, and Ngoma where they grow coffee. Beside supplying the cherries to the factory, they have established a mechanism that support farmers to improve their life in addition to what they get out of coffee, this include a sell-

ing point for other crops which is financially supported by the coffee washing station but the business is in hands of coffee farmers. By this way coffee farmers are encouraged to work closely with the Coffee washing station. Caferwa provides health care for cooperative members as well as training and fertilizer for farmers who deliver cherries to the Shangi washing station. Caferwa is among the three portfolio including SOCOR Ltd, Karengera Ltd of Kznoir Ltd investment plan in Rwandan coffee companies. All together and its portfolio companies has 8 coffee washing stations across Rwanda and 2 dry mills. Kznoir specializes in processing and exporting high end specialty coffee worldwide while building a sustainable, transparent and longterm relationships with farmers that supplies their cherries to the coffee washing stations.

Caratteristiche dell'organizzazione / Property Characteristics:

Fattoria / Farm: Caferwa Gafunzo/Gishugi
Agricoltore / Farmer: Faustin Mbundu
Città / City: Shangi, Nyamasheke
Regione / Region: Western province
Paese / Country: Rwanda
Altitudine / Altitude: 1700-2100 m s.l.m. / masl
Certificazione / Certification: nessuna / none

Caratteristiche del caffè / Coffee Characteristics:

Varietà / Variety: Bourbon & Typica
Processo / Processing System: Lavato / Washed
Punteggio della giuria internazionale / International Jury Score: 86,59

Descrizione / Top Jury Descriptions:

AROMA / GUSTO / FLAVOR: Mela matura, caramello, pesca, prugna, vaniglia, limone, uva bianca. / Ripe apple, caramel, peach, plum, vanilla, lemon, white grape
ACIDITA' / ACIDITY: Citrica, equilibrata, delicata / Citric, balanced, subtle
ALTRO / OTHER: Ben bilanciato, dolcezza e acidità / Well-balanced, sweet and acidity



NINETY PLUS®

PANAMA

LYCELLO BLUE LIMITED BATCH# 134

Abbiamo recentemente acquistato due caffè strepitosi dell'azienda statunitense "Ninety Plus Coffee". Ninety Plus è un'azienda che coltiva caffè d'eccellenza monorigine e monvarietali in Etiopia e Panama. L'obiettivo è creare dei gusti unici attraverso l'innovazione del processo di lavorazione che subisce il caffè verde. Tutto questo mettendo al centro dell'attenzione il legame con la natura, le migliori pratiche sociali ed il miglioramento della biodiversità. Siamo veramente ansiosi di ricevere ed assaggiare questi caffè unici.

We've recently bought two fabulous coffees from the US Company "Ninety Plus Coffee". This is a firm who grows excellence monorigin and monovarietals coffees in Etiopia and Panama. The main goal is to create unique tastes passing through the innovation of the manufacturing process that

ETIOPIA

GEROGE BATCH# 2 MAKER SERIES 3

undergoes the green coffee. All that putting at the very center of attention the link with the nature, the best social practices and the improvement of biodiversity. We are really looking forward to receive and taste these unique coffee.

PANAMA

Lycello Blue limited batch# 134: sorbetto all'arancia, lungo retrogusto floreale, profumo di gel-somino, mora / orange sorbet, long floral aftertaste, jasmine perfume, blackberry

ETIOPIA

Gerge batch# 2 Maker Series 3: intensa ciliegia matura, cioccolato, marmellata di more, citronella, acidità speziata / intense ripe cherry, chocolate, blackberry jam, lemongrass, zingy acidity

RACCONTI DI

GUATEMALA



GUATEMALA STORIES

Questa è una canzone dal Guatemala.
 E' una canzone che profuma di caffè. Tantissimo caffè.
 E' una canzone fatta di accoglienza, di ospitalità, di abbracci forti e di mani che si stringono e non si staccano più.
 In questa canzone c'è la globalizzazione che bussa alla porta però non c'è la corrente elettrica. In compenso, da quando la municipalità ha installato la pompa nuova, l'acqua arriva alle case ogni due giorni.
 Non ci sono centri commerciali e non c'è l'happy hour ma da un po' di tempo, grazie alla cooperativa **Nueva Esperanza**, c'è una piccola scuola nel cuore dei tropici, circondata e gelosamente custodita dalle piantagioni di caffè e poco importa se i bambini devono pulire le aule tutti giorni, a lezioni concluse: l'istruzione è importante ovunque ma a queste latitudini diventa una questione di sopravvivenza.
 Ci sono vite fatte di lavoro e giornate interminabili, ben oltre quanto possa immaginare un comune individuo nato nelle terre giuste, perché dio non gioca a dadi con l'universo ma con gli uomini spesso lo fa.
 Non è un caso se dentro questa canzone c'è pure il Cristo Negro di Esquipulas, che i pellegrini dell'America Centrale usano raggiungere cammi-

This is a song from Guatemala.
 It is a song with a coffee scent. So much coffee.
 It is a song of welcome, hospitality, tight hugs and handshakes that never end.
 In this song, globalization is knocking on the door but there's no electricity. On the other hand, since the day the municipality installed a new pump, water reaches the homes every two days.
 There are no shopping centers and there is no happy hour but for some time, thanks to the **Nueva Esperanza** cooperative, there is a small school in the heart of the tropics, surrounded and jealously guarded by coffee plantations. It does not matter if the children have to clean the classrooms every day after school: education is important everywhere but in these parts it becomes a matter of survival.
 There are lives made of work and endless days, far beyond the imagination of a common person born in luckier lands, because God does not play dice with the universe, but He often does it with mankind.
 It is not a coincidence if the Black Christ of Esquipulas is in this song, a Christ that pilgrims of Central America reach by walking on their knees, trusting on a stroke of luck or seeking forgiveness for having rigged the dice.
 There are very important things in this song: agricultural cooperatives, certification of organic coffee, organic production and the risk of instability of the land, which here is a matter that one cannot ignore.
 How the cooperatives are structured is discussed under the shade of a large Ceiba tree that seems to connect heaven and earth just like the Mayans believed: the drawing up of internal regulations, the set up of members involved in the natural cultivation, the appointment of the technical and administrative committees. Everything is done in a professional and accurate manner.
 The fields are well maintained, have separate cultivation lines, organic and conventional, but the goal is to convert all the production to organic agriculture.
 This song, more than anything else, is about the stories.
 Stories of agronomists and members of cooperatives who, armed only with natural ingredients, organic compounds, humility and passion, declared war on Hemileia Vastatrix, the coffee leaf rust fungus that around here people call roya.
 Then there's the story of Manuela, the nurse who vaccinates children but lost her clinic because the ministry decreed that all small health centers be closed down.
 And again there's Daisy, the local representative of the National Literacy Committee, who from the office of the **Adisque** cooperative, organizes and coordinates the study programs: hundreds of students of all ages will finally learn how to read and write thanks to her efforts.

NUEVA ESPERANZA	
EL BOSQUE	
Caratteristiche dell'organizzazione / Property Characteristics:	Paese / Country: Guatemala
Fattoria / Farm: El Bosque	Altitudine / Altitude: 1500 - 1600 m s.l.m / masl
Organizzazione / Organization: Cooperative Nueva Esperanza del Bosque	Certificazione / Certification: Nessuna / None
Numero di soci / Members number: 36	Metodo di raccolta / Harvest method: Raccolta a mano / Hand Picking
Estensione media del terreno di ogni socio / Average extension for each: 1 Ettaro / Hectares	Varietà / Variety: Pache, Catuai, Caturra
Città / City: Santa Cruz Naranjo	Processo / Processing System: Lavato, naturale / Fully washed, sun dried
Regione / Region: Santa Rosa	



Il vivaio della Cooperativa Integral Agrícola San Francisco de Asís a La Union, diviso in vari settori, realizzato grazie anche al contributo di Caffè Pascucci per far fronte all'emergenza roya



DON ABELINO





CARMELINA

Carmelina coltiva nel terreno destinato alle piante di caffè anche leguminose, alberi di arance, avocado, banano e mango che forniscono ombra, materia organica per il terreno e frutta tutto l'anno, e tutto rigidamente biologico!

nando in ginocchio, nella fiducia di una mano fortunata o a chiedere perdono per aver truccato i dadi.

Dentro questa canzone ci sono cose molto serie: si parla di cooperative agricole, di certificazione biologica del caffè, di produzione organica e del rischio legato all'instabilità dei terreni, che da queste parti è un problema che non si può ignorare. Gli assetti delle cooperative sono discussi all'ombra di una grande ceiba che sembra davvero collegare cielo e terra proprio come credevano i Maya: la compilazione dei regolamenti interni, le mappe dei soci coinvolti nella coltivazione naturale, la nomina delle commissioni tecniche e amministrative. Tutto viene svolto in maniera professionale e rigorosa. I terreni sono ben curati, hanno linee di coltivazione separate, organico e convenzionale, ma l'obiettivo è quello di convertire tutta la produzione all'agricoltura biologica.

In questa canzone, più di ogni altra cosa, ci sono le storie.

Ci sono gli agronomi e i soci delle cooperative che, armati solo di ingredienti naturali, composti organici, umiltà e passione, hanno dichiarato guerra all'Hemileia Vastatrix, la ruggine del caffè che da queste parti chiamano roya.

C'è la storia dell'infermiera Manuela che vaccina i bambini ma che non ha più il suo ambulatorio perché il ministero ha decretato la chiusura dei centri sanitari più piccoli.

C'è Daisy, la rappresentante locale del Comitato Nazionale di Alfabetizzazione, che dalla sede della cooperativa **Adisque** organizza e coordina i corsi di studio: centinaia di studenti, di tutte le età, impareranno finalmente a leggere e scrivere soprattutto grazie a lei.

C'è doña Carmelina e la sua lombricompostiera, che è molto più grande di quelle degli altri soci perché, quando queste furono realizzate grazie a un finanziamento del governo finlandese, decise di giocarsi la partita nell'unico modo che conosceva: attaccando. Era talmente convinta della bontà del metodo organico che chiese ed ottenne, pagando la differenza di prezzo, una compostiera di dimensioni doppie. Oggi, la parcella organica di doña Carmelina è uno dei motivi di orgoglio della cooperativa **Ciasfa**: grande e ben tenuta, spicca per la cura maniacale delle piante e per l'equilibrio armonico delle colture.

Infine, c'è doña Berta, che a un certo punto della canzone si prende i figli e scappa dal marito alcolizzato prima che lui decida di annientare tutti, d'altronde ci ha già provato. Donna che parte nella notte con il solo scopo di salvarsi e mettere al sicuro i propri bambini. La lucida volontà di ricominciare da capo, là dove non c'è nulla di buono, nulla di nulla: "qui non ci troverà mai. Dormite, adesso". Invece, doña Berta incontra Ciasfa, che le concede in prestito, di volta in volta, i soldi per comprarsi il terreno, piantare il caffè, mandare i figli a scuola e vincere la partita.

E così finisce la canzone dal Guatemala che profuma di caffè, con l'immagine di Doña Berta che sorride alla vita sempre, succeda quel che succeda. Dice che sì, "il lavoro è pesante, ci ammazziamo di fatica" ma non è questo ciò che conta, non ha nessuna importanza.

La guardi perplesso e lei scoppia a ridere perché non hai capito niente: "amico mio, la vita è dura ma sono contenta che tu non lo sappia".



ADISQUE	
QUEZALTEPEQUE	
Caratteristiche dell'organizzazione / Property Characteristics:	Altitudine / Altitude: 1400 - 1650 m s.l.m / masl
Fattoria / Farm: Asociacion de Desarrollo Integral Sostenible de Quezaltepeque (ADISQUE)	Certificazione / Certification: Biologica / Organic
Numero di soci / Members number: 164	Metodo di raccolta / Harvest method: Raccolta a mano / Hand Picking
Dimensioni / Farm size: 165,75 Ettari / Hectares	Varietà / Variety: Catuai, Caturra, Pache, Bourbon, Mundo Novo
Città / City: Esquipulas	Processo / Processing System: Lavato, naturale / Fully washed, sun dried
Regione / Region: Chiquimula	
Paese / Country: Guatemala	

There is also the story of Doña Carmelina and her composter, which is much larger than the ones of the other members because when it was built thanks to funding from the

Finnish Government, she decided to play the game the only way she knew: by attacking. She was so convinced of the goodness of the organic method that she asked and obtained, by paying the price difference, a composter that is double the standard size. Today, the organic "parcela" of Doña Carmelina is a reason of pride for the Ciasfa cooperative: large and well kept, it is famous for the meticulous care of the plants and for the harmonious balance of the cultivations.

Finally, there is Doña Berta, who at a certain point of the song takes her children and runs away from her alcoholic husband before he decides to kill them all; after all, he has already tried. [The story of] a woman who flees in the middle of the night with the sole purpose to save herself and to bring to safety her children. The determination to start over, where nothing is good, where there is nothing at all: "Here he will never find us. Sleep now". Instead, Doña Berta meets **Ciasfa**, which lends her the money, bit by bit, to buy the land, plant the coffee, send her children to school and win the game. And this is the end of the song from Guatemala with the scent of coffee, with the image of Doña Berta who always smiles at life, no matter what. She says that, "It is hard work, we work ourselves to death, but this is not what matters. It does not matter."

You look at her puzzled and she bursts into laughter because you have clearly no clue. "My friend, life is hard, but I'm glad you are not aware of it."

CIASFA	
LA UNIÓN	
Caratteristiche dell'organizzazione / Property Characteristics:	Regione / Region: Zacapa
Organizzazione / Organization: Cooperativa Integral Agrícola "San Francisco de Asis"	Paese / Country: Guatemala
Numero di soci / Members number: 160	Altitudine / Altitude: 931 m s.l.m / masl
Estensione media del terreno di ogni socio / Dimensions / Farm size: 210 Ettari / Hectares	Certificazione / Certification: Biologico, Fairtrade / Organic, Fairtrade
Produzione / Production: 2350 quintali in ciliege di caffè / quintals of coffee cherries	Metodo di raccolta / Harvest method: Raccolta a mano / Hand Picking
Città / City: La Unión	Varietà / Variety: Catimor, Catuai, Aravigo, Caturra
	Processo / Processing System: Lavato, naturale / Fully washed, sun dried

OGGI IL MONDO HA BISOGNO DI IDEE,
NON PIÙ DI PAROLE, DI ARGOMENTI
BUTTATI LI SOPRATTUTTO PER PARLARE
DEGLI ALTRI,
NOI STESSI DESIDERIAMO IDEE, MA LA
SCINTILLA DELL'IDEA VIENE INGHIOTTITA
DAI RUMORI, DALL'IMMENSÒ BRUSIO CHE
CIRCOLA OGNI ISTANTE INTORNO A NOI.

IDEE / IDEAS

SATISFACTION

Davide Frisoni

L'opera, realizzata dall'artista riminese Davide Frisoni, è esposta a Milano al primo piano del Caffè Pascucci di Corso Europa 22, ritrae l'agricoltore haitiano **Tervil Morilus**. La fotografia è stata scattata da Fabio Andreani.



This work of art has been realized by the Riminese artist Davide Frisoni, it is exposed inside the Caffè Pascucci Shop of Milan, Corso Europa 22nd. It portrays the Haitian farmer **Tervil Morilus**. The photo was taken by Fabio Andreani.



TODAY THE WORLD NEEDS IDEAS, NOT WORDS OR IDLE CHIT-CHAT, TRUNDLED OUT, ABOVE ALL, SO THAT WE CAN SPEAK BADLY OF OTHERS.

WE ARE THE ONES WHO YEARN FOR IDEAS, YET THE SPARKS FOR THESE ARE SWALLOWED UP BY THE LOUD NOISES, THE IMMENSE HUBBUB THAT CONSTANTLY CIRCULATES ROUND US.

AMARE SEMPRE

LOVE ALWAYS

LA REGOLA DI DON ORESTE BENZI DELL' "ALTROCENTRISMO",
VISIONE PER UN NUOVO CONCETTO DI LAVORO E DI IMPRESA.

DON ORESTE BENZI'S RULE OF "OTHERNESS",
A VISION FOR A NEW CONCEPT OF WORK AND BUSINESS

Uomini capaci di imparare a costruire una nuova società che si basa sulla condivisione dei valori anziché sulle spietate regole del profitto.

Don Oreste Benzi era uno di questi uomini: nasce il 7 settembre del 1925 a S. Clemente di Rimini e muore il 2 novembre 2007 dopo aver solcato il mondo intero portando la gioia dell'annuncio di questa nuova società.

Ci racconta di lui il suo caro amico Oscar Baffoni:

"Quando una persona trova un tesoro penso che la cosa più bella sia condividerlo con tutti. Io ho incontrato Don Oreste in uno dei periodi più bui, quando non riuscivo più a scorgere vie di uscita per tornare a godere della vita come avevo vissuto nella prima giovinezza. L'incontro casuale con Don Oreste ha cambiato tutto e da una vita con al centro tanti vizi malsani e tanta sregolatezza sono tornato a vivere con gioia e anzi ho scoperto una vita ancor più bella. Tutto fino a quel momento era alimentato dalla ricerca delle emozioni ma le emozioni hanno le radici corte e non restano, con Don Oreste ho scoperto la gioia che nasce dalle relazioni umane profonde. Grazie a Don Oreste e alla Comunità Papa Giovanni XXIII ho scoperto la gioia di vivere cercando l'incontro con l'altro, mettendomi nei suoi panni e cercando di comprendere il perché siamo su questa terra insieme. Dopo aver scoperto questa nuova vita ho fatto incontrare Don Oreste a tantissime persone: amici e conoscenti e in ciascuno di loro ha lasciato quel seme profondo dell'Amore".

Don Oreste Benzi ha fondato la Comunità Papa Giovanni XXIII, un'associazione internazionale di fedeli di diritto pontificio, nel 1968 a Rimini. Oggi la Comunità siede a tavola, ogni giorno, con oltre 40 mila persone nel mondo, grazie a più di 500 realtà di condivisione tra case famiglia, mense per i poveri, centri di accoglienza, comunità terapeutiche, Capanne di Betlemme per i senza-tetto, famiglie aperte e case di preghiera.

Continua Oscar: "Il caro amico Don Oreste ha condiviso tutta la sua vita con gli oppressi e gli oppressori perché di fatto semplicemente ha difeso i più deboli della società: i disabili, gli psichiatrici, gli ex tossicodipendenti, le ex prostitute, i senza fissa dimora, Rom e Sinti, le vittime delle atrocità di questi tempi e delle guerre e comunque a tutti ha fatto toccare la speranza in qualcosa di più bello. Ha lottato al fianco degli ultimi ma spesso la sua voce si è alzata forte nelle stanze dei bottoni. Oggi vediamo i risultati attraverso le tante leggi approvate grazie al suo contributo. Don Oreste aveva come pilastro della sua vita la regola benedettina "ora et labora" cioè prega e lavora. Per lui il lavoro era santo e diceva che l'uomo attraverso il lavoro trovava la sua dignità. Molti imprenditori che hanno conosciuto don Oreste hanno scelto di impostare la propria azienda su rapporti più veri mettendo al centro l'uomo e il suo valore. Tanti hanno scelto di adottare quello spirito innovativo che Don Oreste gli ha impresso nel cuore».

Men who are capable of learning to build a new society based on sharing values rather than the ruthless pursuit of profit.

Don Oreste Benzi was one of those men: he was born on 7 September 1925 in S. Clemente in the province of Rimini and died on 2 November 2007, having travelled all over the world, bringing the joy that accompanied the announcement of this new society.

A dear friend of his, Oscar Baffoni tells us about him:

"When a person finds a treasure, I believe that the most beautiful thing they can do is share it with everyone. I met Don Oreste in what was one of the darkest periods of my life, when I was finding it difficult to ever imagine enjoying my life again as I had done in my youth. My chance encounter with Don Oreste changed everything and I went from a life that was centred round many unhealthy vices and a total lack of order back to one that brought me great joy, in fact one that was even more beautiful than before. Up until then, everything in my life had been driven by a desperate quest for emotions. But emotions are fleeting and shallow-rooted.

With Don Oreste, I discovered the joy that is created when humans form deep, meaningful relationships with their fellow men. Indeed, thanks to him and to the Pope John XXIII Community, I discovered the joy of living a life based on looking for others, putting myself in their shoes and trying to understand why we were put on this earth together. Having discovered this new life, I then introduced Don Oreste to a great number of other people, friends and acquaintances, and in each one of them, he left that deeply embedded seed of Love".

Don Oreste Benzi founded the Pope John XXIII Community, an international association of the faithful of pontifical right, in 1968 in Rimini. Today over 41,00 people, the world over, sit at the Community's table, thanks to over 500 places of sharing provided by children's homes, soup kitchens for the needy, refugee centres, rehabilitation centres, shelters for the homeless, foster homes and prayer houses.

Oscar continues: "My dear friend Don Oreste shared his entire life with the oppressed and their oppressors simply because he was naturally drawn to defending the weakest members of society: the disabled, those with psychiatric problems, former drug addicts and prostitutes, the homeless, the Roma and Sinti communities, the victims of wars and of the atrocities of recent times. And in all cases he convinced everyone he met to hope for a better life. He fought alongside the bottom ranks, but he could often be heard raising his voice in the halls of power too. Today we can see the impact of his work in the form of the many laws approved as a result. The Benedictine rule that served as the mainstay of Don Oreste's life was "ora et labora", that is, pray and work. For him, work was sacred and he believed that man found his dignity through work. Many of the businessmen who met Don Oreste have chosen to centre their companies round relationships that are more authentic, making man and human worth the focus of their operations. Many have decided to adopt that same innovative spirit that Don Oreste impressed on their heart".



PER CONDIVIDERE CON TUTTI I POPOLI

di Stefano Vitali

Nel 1968 Don Oreste Benzi fonda la Comunità Papa Giovanni XXIII e nel 1973 a Coriano di Rimini apre la prima Casa Famiglia, un nucleo familiare costituito da una coppia di volontari che accoglie disabili, bambini abbandonati, individui emarginati o socialmente disagiati e li rende membri autentici della famiglia, «per dare – come diceva don Oreste – una famiglia a chi non ce l'ha». Negli anni successivi, accetta le sfide del tempo, aprendo strutture per ex tossicodipendenti, immigrati in difficoltà e ragazze sottratte al racket.

La Comunità fondata dal visionario sacerdote di frontiera cresce fino a raggiungere le ragguardevoli cifre di oltre 40mila beneficiati all'anno, assistiti in oltre 500 strutture distribuite in 36 Paesi, grazie alle migliaia di volontari incontrati sulla sua strada, volontari affascinati sia dalla proposta di vita, sia dalla capacità che il "don" aveva di far sentire ognuno protagonista della storia della Comunità.

Don Oreste ha cambiato il destino di molte persone: con la semplicità di un bambino che - son parole sue - prima fa le cose e poi le pensa. E infatti riusciva in imprese ritenute dai più irrealizzabili. Ovunque vedesse in pericolo la dignità e i diritti umani il "don" era lì ad offrire conforto, speranza e soluzioni. Di fronte all'orrore della guerra, chiese a tanti giovani di condividere la vita con le popolazioni oppresse, assieme agli ultimi tra gli ultimi. Il 24 maggio 1986 inaugura a Ndola in Zambia la Holy family home for children ovvero la prima Casa Famiglia all'estero. Da allora si moltiplicano i suoi viaggi nei Paesi emergenti, anzi spesso sono i missionari o gli ecclesiastici locali a chiedere l'intervento di don Oreste e dei suoi ragazzi. Nel 1989 viene costituita Condivisione fra i popoli che 10 anni dopo diventa una ONG riconosciuta dal Ministero degli Affari Esteri che si occupa di cooperazione e volontariato nei Paesi in via di sviluppo. Gli oltre 60 progetti realizzati da Condivisione si incentrano sull'accoglienza, il sostegno nutrizionale e sanitario, la tutela delle categorie deboli, l'istruzione scolare e professionale, la piccola economia e microfinanza, la Pace e la difesa dei Diritti Umani. Ai progetti indirizzati alle fasce più deboli della popolazione si aggiungono infatti gli interventi di Operazione Colomba, il Corpo nonviolento di Pace che opera in zone critiche a tutela dei diritti umani delle popolazioni civili.



LA REGOLA DI DON ORESTE BENZI VISIONE PER UN NUOVO CONCETTO DI LAVORO E DI IMPRESA.

THE RULE OF DON ORESTE BENZI OF THE "OTHERCENTRISM" VISION FOR A NEW CONCEPT OF WORK

Secondo questa visione l'impresa del futuro, non più incentrata alla logica del successo a tutti i costi e del potere a scapito dei più deboli, deve tener conto dei cambiamenti che stanno avvenendo nella nostra epoca e quindi mettere al centro l'uomo e il suo valore per un'economia che crea armonia e giustizia.

Don Oreste proponeva la Società del Gratuito nella quale il lavoro assume la funzione che gli è propria, di partecipazione alla costruzione del bene comune, per cui viene liberato dalla sua riduzione a semplice fattore di produzione funzionale al profitto. Ne deriva che tutte le persone che compongono il corpo sociale sono messe nelle condizioni di partecipare agli altri i propri doni attraverso il lavoro.

Il principio che dà forma alla società del gratuito è l'altrocentrismo, contrapposto all'egocentrismo della società del profitto. La dinamica generata da questo principio è la gratuità. La molla che spinge ad agire tutti i suoi membri è il bene degli altri, nella consapevolezza che ognuno detiene il bene dell'altro e che nel bene comune sta anche il bene del singolo.

In line with this vision, the society of the future, which is no longer focused on the objective of success at all costs and power at the expense of the weakest, must take into account the changes that are taking place in our age and therefore focus on man and human worth to favour an economy that creates harmony and justice.

Don Oreste proposed the Society of Gratuitousness in which work assumes its primordial function, that of contributing to the good of all men, and is no longer simply a production factor that serves to generate profit. It follows then that all those who form part of the social fabric are in a position to share their gifts with others through work.

The principle that shapes the Society of Gratuitousness is otherness, as opposed to the selfishness of the profit-driven society. The dynamic generated by this principal is giving freely. The force that drives all its members to act is the good of the others, in the knowledge that each person holds the key to the good of their fellow men and that the good of the community also contains the good of the individual.



Sara Foschi

TO SHARE WITH ALL PEOPLE, EVERYWHERE by Stefano Vitali

In 1968 Don Oreste Benzi founded the Pope John XXIII Community, and in 1973 in Coriano, Rimini he opened the first Family Home, a family headed by a couple of volunteers that welcomes disabled and abandoned children, as well as those who are socially emarginated or disadvantaged as true members of the family, "to provide – as Don Oreste would say - a family for those who do not have one". Over the next few years, he accepted the challenges brought by time, opening facilities for drug addicts, immigrants in trouble and former prostitutes.

The Community founded by this forward-thinking, visionary priest grew to help an impressive total of over 40,000 people per year, assisted in over 500 units located in 36 countries, thanks to the thousands of volunteers he met on his travels: people fascinated both by the chance to live a true life and by the ability that he had to make everyone feel a fundamental part of the history of the Community.

Don Oreste changed the destiny of many people: with the simplicity of a child, who – in his own words –acts first and thinks second. And indeed he succeeded in feats that were considered impossible by most people. He was always ready to offer comfort, hope and solutions in any situation in which the dignity of man and his basic human rights were in danger. In the face of war, he asked many young people to share their lives with the oppressed populations, with the last of the last. On 24 May 1986, he opened the Holy family home for children in Ndola, Zambia, the very first Family Home located abroad. From then on, he travelled extensively in the developing countries, and indeed often the local missionaries or religious leaders were the ones to request the intervention of Don Oreste and his young people.

In 1989 Condivisione fra i popoli was founded, and 10 years later it became an NGO acknowledged by the Ministry of Foreign Affairs, working and volunteering in developing countries.

The projects completed by Condivisione, which number over 60, focus on welcoming the needy, providing nutrition and healthcare, protecting the weaker categories of society, providing education and training, developing small businesses and micro-finance, defending peace and human rights. Indeed, the projects which target the weaker members of the population are performed alongside the interventions of Operazione Colomba, the Nonviolent Peace Corps that operates in critical areas to protect the human rights of the civil populations.



WALL-E

VISION



COMODI OGGI, INQUINATI DOMANI.
L'INVASIONE DELLE CAPSULE
HANDY TODAY, POLLUTION-GENERATORS
TOMORROW. THE CAPSULE INVASION.

SOLO / ONLY

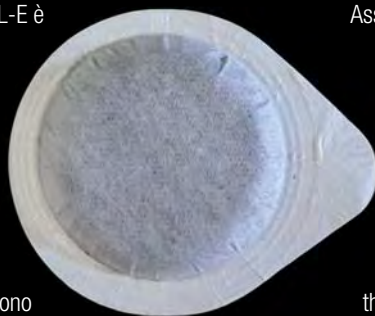
100%

COMPOSTABLE / BIODEGRADABLE

Il film di animazione della Pixar/Walt Disney WALL-E, per gli amanti di questo genere di pellicole è una vera e propria opera d'arte. Il protagonista del film è il robot WALL-E, che in un lontano futuro è l'unico abitante del pianeta Terra, ormai abbandonato dagli esseri umani a causa dell'eccessivo inquinamento e del continuo accumulo di rifiuti. Questa umanità, è simpaticamente rappresentata come una comunità di obesi che vive su un enorme vascello spaziale, si muove al suo interno su letti automatici, si alimenta di sciroppi dai vari gusti e colori per evitare di masticare, si connette tramite monitor pur essendo a pochi metri di distanza e continua a vivere nelle proprie, grasse comodità. Il compito di WALL-E è proprio quello di ripulire il pianeta compattando i rifiuti, compito a cui adempie diligentemente da più di settecento anni, in attesa di un possibile rientro degli uomini. Per chi non lo avesse visto, anche se adulto, WALL-E è un'opera da non perdere.

Associare il cartone animato con l'uso della capsula di caffè è certamente sproporzionato ma è idealmente rappresentativo, in quanto, procedendo di questo passo, proprio la capsula del quotidiano caffè diverrà il primo rifiuto non compostabile e non riciclabile al mondo. Anche se andrebbero in anticipo sottolineati i danni che l'uso di plastica e alluminio a contatto con le alte temperature dell'acqua possono provocare nel corpo umano per il rilascio di ftalati e di ioni di alluminio, il nostro tema di oggi è lo scarto.

A differenza delle bottiglie di plastica o delle cialde in carta filtro che, pur discutibili, sono riciclabili le prime e compostabili le seconde, le capsule sono formate di materiale plastico (il contenitore), spesso combinato con alluminio (il coperchio) e materiale organico (il caffè). Questi imballaggi, sono spesso misurabili in quantità complessive molto vicine allo stesso peso della dose di caffè macinato (in molti casi, il peso dello scarto supera il peso del caffè) e per utilizzarle correttamente andrebbero separate una ad una prima di essere smaltite. L'industria dell'imballaggio è in prima linea nella ricerca, alla costante caccia di un'alternativa efficace, un materiale virtuoso e compostabile destinato alla capsula, ma è ancora lontana da risultati apprezzabili.

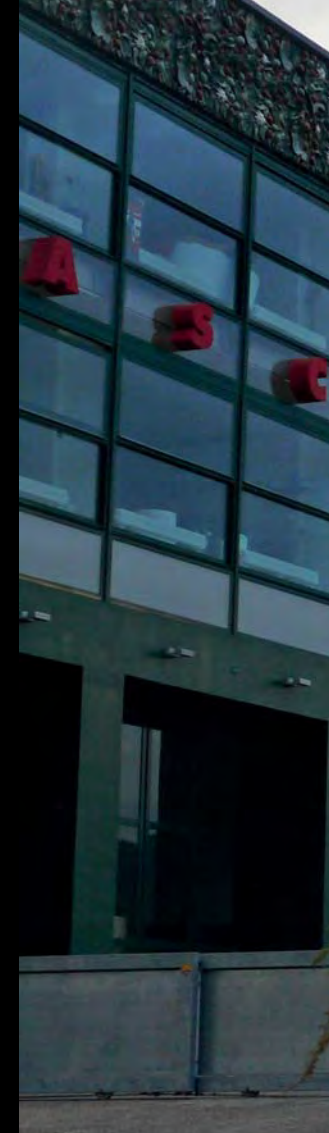


The animated movie produced by Pixar/Walt Disney, WALL-E for the fans of the genre is true work of art. The movie protagonist is WALL-E, a robot that in a distant future is the only inhabitant of Earth, abandoned by humans due to excessive pollution and the continuous accumulation of waste. Mankind is jokingly portrayed as a community of obese individuals living on a huge space vessel, moving on automatic beds, feeding on juice of various flavors and colors to avoid chewing, connects via monitor while they are just a few meters away from each other and continue to live in their own, greasy comfort. The task of WALL-E is just to clean up the planet by compacting the waste, a task diligently fulfilled for more than seven hundred years, waiting for a possible return of humans. For those who had never seen it, even if adults, WALL-E is a work of art not to be missed.

Associating such animated movie to the use of coffee capsule is certainly a stretch but it could be a representative example, because if it continues on its current trend, coffee capsules of today will become the first non-compostable and non-recyclable waste in the world. Even if we should point out the damages that the use of plastic materials and aluminum in contact with high water temperatures may cause to the human body with the release of phthalates and aluminum ions, the issue we want to discuss today is waste.

Unlike plastic bottles or paper filters which, even if questionable, are respectively recyclable and compostable, coffee capsules are made of plastic material (container) often combined with aluminum (cover) and organic material (coffee). The weight of these packages is often very close to the total weight of the ground coffee dose (in many cases, the weight of the scrapped material exceeds the weight of the coffee) and to properly use the packages they should be separated one by one before being disposed of. The packaging industry is at the forefront of research and it is continuously looking for an effective alternative, a virtuous and compostable material for the capsule, but it is still far from achieving remarkable results.

But on the other hand, there is the advantage of convenience. Generally, convenience is a positive thing, not to be disregarded. Convenience is beneficial, with





ABBIAMO SCELTO LA BELLEZZA MA ERA A NOI DISPONIBILE, È NOSTRO DOVERE PRESERVARE
E CUSTODIRE QUESTO BENE PREZIOSO / WE HAVE CHOSEN THE BEAUTY AND AS IT IS A
PRECIOUS RESOURCE IS OUR DUTY TO PRESERVE IT

D'altro canto però, c'è il vantaggio della comodità. La comodità è comunque complessivamente una cosa positiva, non disprezzabile: la comodità è vantaggiosa, salvo eccezioni. Ma le comodità di oggi, spesso non corrispondono alle comodità di ieri. Oggi, la comodità deve prendere atto delle scomodità che causerà domani. Il pianeta Terra, vissuto da sette miliardi di persone che diverranno presto dieci, dev'essere preservato e tenuto sempre in considerazione, il benessere ecologico deve diventare una priorità dell'agenda mondiale. Per qualsiasi attività e azione vantaggiosa che si intende intraprendere, d'ora in avanti, tutta l'umanità dovrà sempre e obbligatoriamente valutare quale alterazione potrà causare una data scelta alle generazioni future e cercare soluzioni alternative o di riduzione del danno. La stessa umanità si dovrà impegnare nel correggere chi, per interesse, distrazione o ignoranza, viola i diritti dell'ambiente.

La capsula di caffè non è solo una tendenza italiana: si sta diffondendo rapidamente in tutto il mondo e le ultime statistiche indicano che questo sistema comodo per ottenere la tazza di espresso o di caffè filtrato potrà raggiungere entro pochi anni l'80% di quota di mercato dei volumi globali. Insomma, parliamo di un problema veramente serio. In questo momento tra i caffè porzionati, la cialda in carta filtro è il sistema preferibile perché è il meno impattante. Oltre a poter essere tranquillamente riutilizzata in vari metodi (direttamente in giardino o per combustione, in sostituzione di legna e pellet), la cialda stessa, può essere gettata serenamente nell'organico compostabile. Gli involucri che la contengono possono essere inferiori al 7% del peso della polvere di caffè (contro il 50% medio della capsula) e possono essere smaltiti nella plastica per essere riciclati (se il sacchetto che contiene ogni singola cialda è in plastica) e nella carta se il contenitore che raccoglie tante cialde è in carta o cartone.

Un buon espresso a casa o al lavoro è un diritto di tutti. Dopo le macchine professionali la cialda consente la miglior qualità e la comodità di un sistema pronto all'uso. L'unico inconveniente è che la maggior parte delle volte la cialda deve essere estratta a mano dopo l'utilizzo. Non è poi troppo faticoso, no?

Quindi Espresso e caffettiere prima di tutto, macchine filtro, napoletane, sistemi alternativi di estrazione sono ancora perfetti, la cialda per un porzionato va ancora bene, ma non spostiamoci oltre perché siamo già al limite.

some exceptions. But the conveniences of today often do not correspond to the conveniences of yesterday. Today, convenience must take in consideration the inconveniences it will cause tomorrow. Earth is inhabited by seven billion people who will soon become ten so it must be preserved and always taken into account. Ecological well-being must become a priority of the global agenda. For any activity and beneficial action one wishes to take, from now on all mankind shall always necessarily consider what alterations a certain choice may cause to future generations and shall look for alternative solutions or shall reduce the harm. Mankind shall also act to prevent those who, out of personal interest, distraction or ignorance, violate the rights of the environment.

The coffee capsule is not only an Italian trend: it is spreading rapidly around the world and the latest statistics indicate that this convenient way to make a cup of espresso or filtered coffee may reach within a few years 80% of the global volume market share. In short, we are talking about a very serious problem.

At this time, among portioned coffee products, paper filters are the preferred system because they have a lower environmental impact. These filters in addition to be safely re-used through various methods (directly in the garden or by combustion in lieu of wood and pellets), can be thrown out as compostable organic material. The packaging containing them may be less than 7% of the weight of the coffee powder (compared to 50% of the capsule average value) and may be disposed of as plastic material to be recycled (if the packaging containing each filter is made of plastic material) and disposed of as paper if it is in paper or cardboard.

A good espresso at home or at work is everyone's right. After the introduction of the professional coffee machines, the paper filter allows obtaining the best quality and the convenience of a ready to use system. The only inconvenience is that most of the time it must be removed by hand after use. It is not too hard to do, though, right?

Thus, Espresso and coffee makers first of all, filter machines, Neapolitan coffeepots, and alternative extraction systems are still perfect, paper filters for a portioned coffee is still fine, but let's not go beyond that because we have already reached the limit.

PROFUMO DI CAMELLIA

SCENT OF CAMELLIA

TE ED INFUSI IN FILTRI PIRAMIDALI
IMBUSTATI SINGOLARMENTE

TEAS AND HERBAL TEAS PYRAMID
FILTERS INDIVIDUALLY WRAPPED

Negli ultimi tempi, l'attenzione dei consumatori italiani ed europei si è particolarmente concentrata sui tè e sugli infusi, caldi o freddi che siano.

Caffè Pascucci prende parte a questo mercato con un'ampia gamma di prodotti, sufficiente a garantire all'assetata clientela, all'interno dei nostri locali o a casa propria, una vasta offerta di bevande adatte a ogni momento della giornata, dalle prime ore della mattina con i tè, più carichi di teina, per finire con il classico infuso di camomilla, prima di coricarsi.

In quest'articolo parleremo quindi di tè, argomento vasto quanto il mondo del caffè.

Il "tè" è la bevanda ricavata da un'infusione, o decotto, delle foglie di una pianta della famiglia delle *Camellie sinensis*, in particolare la *Camellia sinensis* varietà *sinensis* e la *Camellia sinensis* varietà *assamica*.

Per quanto il mondo del caffè e quello del tè siano molto distanti tra loro, con paesi d'origine e tradizioni molto diverse, esistono alcune interessanti similitudini: la prima che non possiamo non menzionare è la sostanza comune, presente sia nel tè (teina), sia nel caffè (caffeina). In realtà, il nome specifico chimico è univoco: 1,3,7-trimetilxantina.

Un'altra curiosità è come entrambe le piante, pur avendo fiori diversi, abbiano in comune il colore dei petali (bianchi) e siano caratterizzate dallo stesso, vago profumo di gelsomino. Sia la *Rubiaceae* di tipo *Coffea* per il caffè che la *Theaceae Camellia* per il tè, sono delle sempreverdi che crescono nelle regioni tropicali o subtropicali.

Se nel caffè, le specie botaniche più utilizzate e conosciute sono l'arabica e la canephora (comunemente nota come robusta), anche nel caso del tè, come già anticipato, troviamo due varianti: la *Sinensis* e la *Assamica*

La *Camellia sinensis sinensis* è facilmente riconoscibile dalla dimensione delle foglie, che si aggira tra 4,5-9 x 2-3,5 cm, e dall'altezza della pianta perché, se lasciata crescere, la *sinensis* di origine cinese, è un arbusto che può arrivare fino a 6 metri, mentre l'*assamica* di origine indiana può toccare addirittura i 17 metri, con foglie di grandezza pari a 8-15 x 3,5-6 cm, anche se va specificato che, in fase di coltivazione, gli alberi vengono mantenuti tra gli 80 cm e gli 1,5 m circa.

In base alla raccolta, alla lavorazione e ai molteplici gradi di ossidazione di queste due specie, derivano i vari tipi di tè: bianco, verde, oolong, nero e così via, ma questo è un argomento che in questa sede tralascieremo, per affrontarlo in un'altra occasione.

Arrivati a questo punto, desideriamo dare alcuni consigli per preparare al meglio i nostri prodotti, senza dimenticare di evidenziare che anche i tè, come i caffè, si possono suddividere in due grandi famiglie: miscela e monorigine.

Tenendo conto delle differenti lavorazioni, gradi di ossidazione e fermentazione, ai tè (cioè le foglie ottenute dalla *Camellia sinensis*) serviranno temperature e tempi di contatto diversi, a seconda delle qualità. Considerando i 10-15 grammi per litro, i tempi suggeriti e le temperature ottimali sono:

TÈ BIANCHI:

acqua da 70° a 75° per un tempo di contatto che varia tra i 4 e i 6 minuti;

TÈ VERDI:

acqua da 75° a 85° per un tempo di contatto che varia tra i 3 e i 4 minuti;

Over

the last period, the focus of consumers in Italy and the rest of Europe has been trained in particular on many different types of teas and infusions, both hot and cold.

Caffè Pascucci is part of this market, presenting a wide range of products capable of offering the thirsty clientele in our bars or at home, a wide range of drinks suitable to be savoured at any time of the day, from early morning with our teas full of theine, until the traditional camomile tea at the end of the day, before turning in.

So here we will be discussing the world of tea, and you may be surprised to learn that it is just as wide-ranging a subject as that of coffee.

"Tea" is a drink made by preparing an infusion, or decoction, of the leaves of a plant from the *Camellia sinensis*, family, and in particular the *sinensis* and *assamica* varieties.

Although the worlds of coffee and tea are very distant from one another, with very different countries of origin and traditions, they do however share some interesting similarities: the first which we cannot help but mention is the substance found in both drinks. In tea it is known as theine and in coffee as caffeine, but actually one specific chemical name is used for both: 1,3,7-Trimethylxanthine.

Another interesting fact is that even although the two plants have different flowers, they both share the same colour of petals (white) and have the same characteristic, faint scent of jasmine.

Both the Rubiaceae *Coffea* plant for coffee and the Theaceae *Camellia* bush for tea are evergreens that grow in the tropical or sub-tropical regions.

In coffee production there are two botanical species which are most commonly used and well-known, *arabica* and *canephora* (commonly known as *robusta*). And as we have already mentioned, there are also two variants of plant used when it comes to producing tea: namely *Sinensis* and *Assamica*.

Camellia sinensis sinensis can easily be recognised due to the size of its leaves, which range between 4.5-9 x 2-3.5 cm, and the height of the plant because, if it is left to grow, the *sinensis* from China is a bush that can reach a height of up to 6 metres, while the *assamica* from India can reach no less than 17 metres, with leaves measuring 8-15 x 3.5-6 cm, even if it is true that during cultivation the trees are maintained at a height of between 80 cm and approximately 1.5 metres.

The various types of tea originate depending on the harvest, processing method and various degrees of oxidation of these two species: white, green, oolong, black and so on, but this is another story that we will leave for some other time.

Having reached this point, we would like to give you some tips about how best to pre-

TÈ NERI:

acqua da 90° a 95° circa per un tempo di contatto che varia tra i 3 e i 4 minuti.

Consigliamo di non portare mai l'acqua a ebollizione e anche se in alcuni infusi, tisane o particolari tè, troverete nel metodo di preparazione l'indicazione a 100°, mantenetevi sempre 1 o 2 gradi sotto. Per questo motivo, scoraggiamo fermamente l'utilizzo dell'acqua della macchina espresso, con la temperatura che varia tra i 110° e i 130°, mentre raccomandiamo l'utilizzo della lancia a vapore, abbinata ad acqua in bottiglia o depurata: un'operazione che richiede pochissimo sforzo e che ci restituirà un prodotto nettamente superiore a costo zero, oltre a clienti più soddisfatti e motivati a tornare. Per tutti quei prodotti che hanno come base il tè (inteso come le foglie ottenute dalla *camellia*), ma che di fatto costituiscono un infuso, per tempi e temperature, il punto di riferimento è il tè medesimo.

Per quegli infusi che non contengono la *camellia*, la temperatura rimane sempre tra 95° e 98° e, come per i tè neri, cambiano solo i tempi di contatto, in base alla conformazione dei prodotti interni tipo legni, fiori, frutta, semi ecc.

Ad esempio, per ottenere una buona tisana dal nostro infuso digestivo, che ha all'interno sostanze legnose, manterrò una temperatura vicina all'ebollizione e prolungherò i tempi anche fino ai 6 minuti; al contrario, il nostro "tè rosso", che in realtà di base è tè verde con aggiunta di fiori di ibisco e frutta, verrà trattato a tutti gli effetti come un tè verde.

Veniamo ora alla descrizione dei nostri tè in barattolo:



pare our products, reminding you that teas, just like coffees, can also be divided into two large families: blended and single origin.

Bearing in mind the wide range of processing methods, degrees of oxidation and fermentation to which they are subjected, teas (that is the leaves obtained from the *Camellia sinensis* plant) will need different temperatures and infusion times, depending on the qualities. If we consider 10-15 grams per litre, the recommended infusion times and optimum temperatures are provided below:

WHITE TEAS:

water from 70° to 75° for an infusion time that varies between 4 and 6 minutes;

GREEN TEAS:

water from 75° to 85° for an infusion time that varies between 3 and 4 minutes;

BLACK TEAS:

water from 90° to approximately 95° for an infusion time that varies between 3 and 4 minutes.

We recommend never bringing the water to boiling point, and even if in some infusions, herbal teas and specialty teas you will find instructions recommending the use of water at 100°, always maintain the temperature 1 or 2 degrees below boiling point. For this reason, we strongly advise against using the water from the espresso machine, as it has a temperature that ranges between 110° and 130°, whereas we recommend using the steam lance, combined with bottled or purified water: an operation that requires very little effort and that provides us with a product that is clearly superior at no cost, ensuring a higher level of customer satisfaction and motivating tea drinkers to return.

For all products made with tea (i.e. the leaves obtained from the *camellia*), but which are actually infusions, due to the times and temperatures, the point of reference is always tea. For infusions that do not contain *camellia*, the temperature always remains between 95° and 98° and, as for black teas, the only things that change are the infusion times, based on the structure of the products contained, such as wood, flowers, fruit, seeds etc.

For example, to obtain a good herbal tea from our digestive infusion, which contains woody substances, I must maintain a temperature close to boiling point and extend the times even up to 6 minutes; on the contrary, our infusion that we call "red tea", but which is in fact, green tea with the addition of hibiscus flowers and fruit, should be treated to all effects as a green tea.

Below you will find a description of our tinned teas:

TÈ VERDE GUNPOWDER.

I tè verdi derivano dalle sole foglie della camelia che durante la lavorazione non hanno subito alcuna ossidazione. Le foglie fresche appena colte, prima di essere arrotolate e messe a essiccare, vengono insufflate mediante vapore al fine di distruggere gli enzimi che causano la fermentazione. Questo procedimento preserva gli aromi tipici delle verdure a foglia verde cotta o le alghe e, nel caso del tè verde Gunpowder Pascucci, si può cogliere anche un piacevole sentore di erba secca. Una bevanda dal colore giallo spento, con proprietà benefiche antiossidanti, dimagranti, che rafforza il sistema immunitario e protegge anche dai raggi ultravioletti. Ha un rapporto di teina più elevato dei tè bianchi, quindi il consumo è consigliato solo fino alle prime ore del pomeriggio.

- **GUNPOWDER GREEN Tea.** Green teas are made only with the leaves of the camellia which have not been subject to oxidation during processing. Just after harvesting, before the



TÈ NERO CEYLON. I tè neri derivano dalla lavorazione (avvizzimento, rullatura, fermentazione, essiccazione) delle spuntature e in alcuni casi anche dei getti della camelia e loro ibridi. La dicitura Ceylon dichiara che è prodotto in Sri Lanka, a garanzia di un tè dalle caratteristiche ineguagliabili.

Il tè nero Ceylon della Pascucci dona una bevanda dal colore ambrato con sfumature dorate. Il sapore è morbido e avvolgente, con una buona persistenza in bocca e una leggera nota sapida, con i sentori tipici della zona di provenienza. Ricco di antiossidanti, teina e dalle proprietà antitumorali, anche per il tè nero si consiglia un consumo concentrato nella prima parte della giornata.

- **CEYLON BLACK Tea.** Black teas are made by processing (withering, rolling, fermenting, drying) the shoots, and in some cases also the buds of the camellia and its hybrids. The name Ceylon certifies that the product comes from Sri Lanka, guaranteeing a tea with unique characteristics. Pascucci Ceylon Black Tea makes an amber-coloured drink with golden hues. The taste is soft and enveloping, with a good finish in the mouth, a slightly sapid note and the characteristic aromas of the area in which it grows. Full of anti-oxidants, theine and anti-tumour properties, black tea should also be drunk in the morning, up to early afternoon.



TÈ BIANCO PAI MU TAN. I tè bianchi derivano dalle spuntature dei getti e in alcuni casi anche dalle prime foglie della *Camellia sinensis* e relativi ibridi. Il tè bianco Pai Mu Tan Pascucci è essenzialmente composto da foglie distese verdi e marroni, con presenza di gemme pubescenti dal colore argenteo. Questa conformazione garantisce una bevanda dal colore giallo paglierino, fresca, dolce e profumata che ricorda la castagna dolce. Ricco di antiossidanti, mantiene la pelle giovane e luminosa ed è adatto a tutte le ore della giornata, grazie alla scarsa presenza di teina.

- **PAI MU TAN WHITE TEA.** White teas are made with the cuttings of the shoots and in some cases also with the first leaves of the *Camellia sinensis* plant and relative hybrids. Pascucci Pai Mu Tan White Tea is essentially made of large green and brown leaves, with the presence of silvery pubescent buds.

This structure produces a straw yellow-coloured, refreshing, sweet drink with a scent reminiscent of sweet chestnut. Full of antioxidants, it keeps the skin youthful and radiant and can be drunk at any time of the day, as it only contains a small amount of theine



TÈ VERDE AL GELSOMINO. Questa miscela di tè verde cinese e fiori di gelsomino, fa sì che questo prodotto aromatizzato si distingua dai più comuni tè verdi, sia per le sue proprietà benefiche (ad esempio quelle del gelsomino che ha proprietà antistress, combatte il mal di testa e ha funzione rilassante), sia per il gusto (si possono trovare sentori erbacei, caratteristici dei tè verdi cinesi associati a sentori freschi e floreali dati dal gelsomino stesso). Come già detto, è un tè che si comporta, in termini di temperature e tempistiche d'infusione, come un comune tè verde.

- **JASMINE GREEN Tea.** This blend of Chinese green tea and jasmine flowers distinguishes this aromatised product from the more common green teas, both in terms of its beneficial properties (e.g. the properties of jasmine, which prevent stress, counteract headaches and relax the organism), and its taste (it can contain the characteristic grassy notes of Chinese green teas associated with the fresh, flowery notes of jasmine).

As already mentioned, it is prepared using the same temperatures and infusion times as a common green tea.



HOT TEAS

INFUSO CAMOMILLA. Tra le piante più conosciute e comunemente utilizzate c'è senz'altro la camomilla: quei fiori così simili a quelli delle margherite ma dal profumo inconfondibile e dalle proprietà lenitive, rilassanti, antispasmodiche e antinfiammatorie. Sotto forma di tisana ha la proprietà di alleviare il nervosismo, aiutare la digestione e ridurre l'infiammazione intestinale. L'infuso camomilla della Pascucci è caratterizzato da un colore giallo dorato, con gli aromi tipici della camomilla indotti dai fiori interi presenti all'interno del barattolo a chiusura ermetica.



- **CHAMOMILE INFUSION.** One of the best-known, most popular plants used in tea is undoubtedly the chamomile: its flowers closely resemble those of daisies but have an unmistakable scent and present soothing, relaxing, antispasmodic and anti-inflammatory properties. When drunk as herbal tea, it can soothe agitation, aid the digestion and reduce inflammation of the intestine. Pascucci chamomile infusion is characterised by a golden yellow colour and has the characteristic aromas of chamomile, provided by the whole flowers present inside the hermetically sealed tin.



INFUSO MENTA E CEDRO. Questa miscela di erbe, piante e fiori lavorati, con un'alta percentuale di menta peperita e legno di cedro, dà origine a una bevanda profumata e fresca, dal colore giallo rossastro tendente al verde, con una buona nota di menta e un retrogusto leggermente agrumato: bevuta fredda risulta molto dissetante e rinfrescante; calda, è un ottimo sollievo contro il raffreddore.

- **MINT AND CEDAR INFUSION.** This blend of herbs, plants and processed flowers, with a high percentage of peppermint and cedar wood, makes a refreshing, scented drink with a yellowy, reddish colour tending towards green. It has a strong minty taste and a slightly citrusy finish: when drunk cold it is extremely refreshing and thirst-quenching; hot, it is an excellent tonic for treating colds.



INFUSO DI ROSA CANINA. La rosa canina è una specie spontanea appartenente alla famiglia delle *Rosaceae*. Grazie alle sue proprietà antinfiammatorie e ricca di Vitamina C, favorisce l'assorbimento di calcio e ferro. Una bevanda dal colore rosso delicato, con sentori delicati agrodolci che ricordano la frutta secca e il malto.

- **ROSEHIP INFUSION.** Rosehip is a wild species that belongs to the *Rosaceae* family. Its abundant anti-inflammatory properties and high level of Vitamin C favour the absorption of calcium and iron. A drink with a delicate red colour and soft sweet and sour notes reminiscent of nuts and malt.



INFUSO FRUTTI DI BOSCO.

Questa miscela di frutta essiccata e fiori lavorati, genera una bevanda dal colore rosso violaceo, marcato con il tipico sentore dei frutti di bosco, dolce, avvolgente e dal profumo invitante, che riesce a trasmettere buon umore e serenità interiore. In virtù dell'alta concentrazione di frutta, l'infuso risulta ricco di vitamine e sali minerali e grazie alla totale assenza di teina, è adatto al consumo nell'intero arco della giornata.

- **BERRIES INFUSION.** This blend of dried fruit and processed flowers results in a reddish-purple drink with the strong, characteristic aroma of berries, sweet and enveloping with an inviting scent that favours a good mood and inner peace in those who drink it.

The infusion has a high concentration of fruit so is rich in vitamins and mineral salt. It contains no theine and therefore can be drunk at any time of the day.

INFUSO COCKTAIL AGRUMI. Questa miscela di scorze di agrumi, composta prevalentemente da frutta essiccata e fiori lavorati, produce una bevanda dal colore rosso pallido tendente al violaceo, con note decise di agrumi. Buona da bere a tutte le ore della giornata, sia calda che fredda.



- **CITRUS COCKTAIL INFUSION.** This blend of citrus peels, mainly made with dried fruit and processed flowers, results in a pale red coloured drink tending towards purple, with string citrusy notes. Suitable for drinking all day long, both hot and cold.

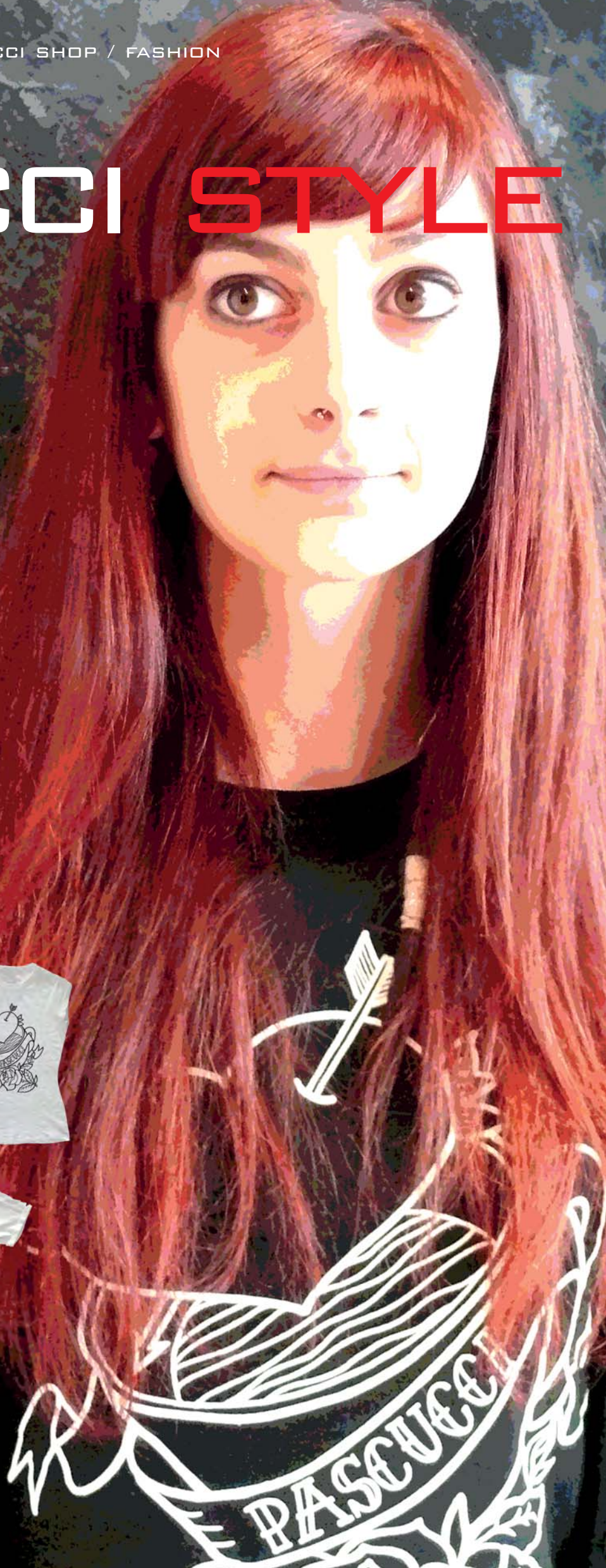
Giunti al termine di questo piccolo excursus, ci piace ricordare, se mai ce ne fosse bisogno, che gustarsi la propria bevanda preferita non è solo un semplice vezzo o una mera consuetudine ma il modo migliore per condividere un bel momento con se stessi o con le persone cui teniamo.

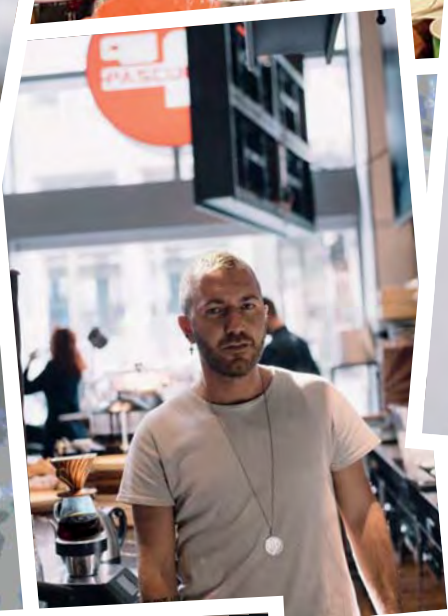
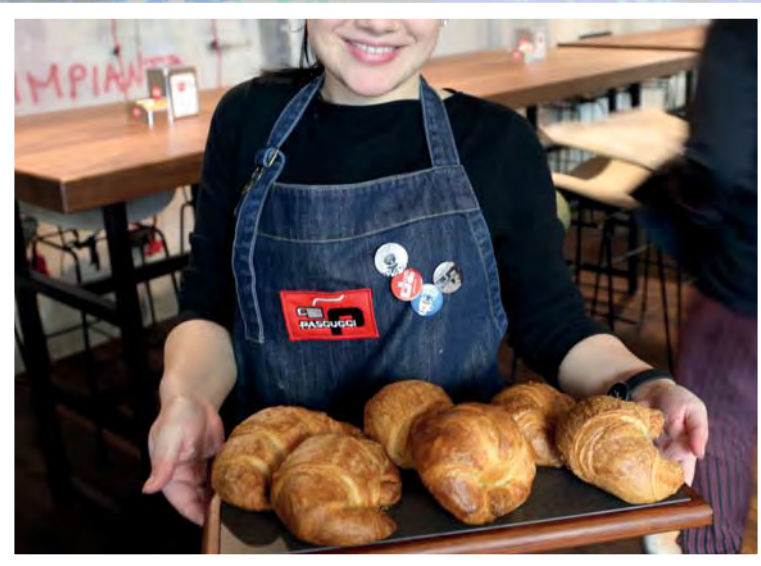
Having come to the end of this little excursus, even though it may seem obvious, we would like to remind you that savouring your favourite drink is not simply a habit or merely part of your daily routine, but it is also the best way to spend a pleasant moment alone or with our loved ones.


PASCUCCI STYLE



T-SHIRT
PARANNANZE
CAPPELLINI
ZAINI







L'ESPRESSO PASCUCCI, CON LATTE LIGHT E PANNA FRESCA È LA BASE DEI NOSTRI FRAPPI, FRESCHI FROZEN AL CAFFÈ PER TUTTI I GUSTI. E ANCORA I SORBETTI AL CAFFÈ E AL CIOCCOLATO CHE SERVIAMO DA PIÙ DI 30 ANNI E LE RICETTE FRESCHE CON UN COMUNE DENOMINATORE: LA GRANDE QUALITÀ DEL CAFFÈ.

PASCUCCI ESPRESSO WITH LOW-FAT MILK AND FRESH CREAM ARE THE MAIN INGREDIENTS IN OUR FRASPUCCI: FRESHLY-FROZEN COFFEE BEVERAGES FOR ALL TASTES. THERE'S MORE. THE COFFEE, CHOCOLATE SORBETS AND COOL RECIPES WE HAVE BEEN SERVING FOR OVER 30 YEARS ALL HAVE A COMMON DENOMINATOR: THE AMAZING QUALITY OF COFFEE.

FRAPPO

IN TUTTE LE SUE DECLINAZIONI...

LA RICETTA PIÙ ORDINATA, IN TUTTE LE SUE VARIANTI PIÙ FRESCHE E GOLOSE. UN BLEND DI ESPRESSO, GHIACCIO, ZUCCHERO DI CANNA E LATTE COMPLETATO DA UNA SPUMATA DI PANNA O DI CONFUSO CHIARO / FRAPPO IN ALL ITS ASPECTS. THE TIDIEST RECIPE, IN ALL ITS FRESH AND GOURMAND VARIANTS. AN ESPRESSO BLEND, ICE, BROWN SUGAR AND MILK COMPLETED BY A FOAM OF CREAM OR LIGHT CONFUSO



FRAPPO CARAMEL

(ESPRESSO, LATTE, GHIACCIO, ZUCCHERO DI CANNA, PANNA MONTATA, CARAMELLO)

(ESPRESSO, MILK, ICE, CANE SUGAR, WHIPPED CREAM, CARAMEL SYRUP)



FRAPPO CONFUSO

(ESPRESSO, LATTE, GHIACCIO, ZUCCHERO DI CANNA, CREMA CONFUSO, AMARETTI, CARAMELLO)

(ESPRESSO, MILK, ICE, CANE SUGAR, CONFUSO CREAM, AMARETTI BISCUITS, CARAMEL SYRUP)

CAFFE CONFUSO

La Crema Confuso Pascucci è una delicatezza per i più golosi, una soffice crema spumata che accompagna l'amaro del caffè, ammorbidita dalle note sfumate del pas-ciok in polvere.

La crema confuso scura accompagna l'aroma del caffè con note soffici di cioccolato. In vetro o take-away.



CAFFE CONFUSO

Pascucci's Confused Cream is a delight for those with a sweet tooth. It's a frothy, foamy cream that accompanies the bitter flavour of coffee, mellowed with hints of pas-ciok powder (hot chocolate). Dark confused cream accompanies the aroma of coffee with hints of chocolate. Served in a glass cup or available for take-away.

ODORE DI CAFFÈ

Tra i vari sistemi alternativi all'espresso utilizzabili per estrarre il caffè, non va sottovalutata la caffettiera napoletana.

Questo strumento è in grado di offrire al caffè utilizzato delle caratteristiche organolettiche particolari e per alcuni aspetti uniche.

Rivalutare questo storico gioiello nelle moderne caffetterie contribuisce ad accrescere e a diffondere la cultura dei caffè speciali.



SMELL OF COFFEE

Among the various alternative systems that can be used to extract an espresso, we should not underestimate the "Napoletana" coffee maker.

This machine is able to give to the coffee some particular unique organoleptic characteristics.

Reevaluate this historic gem in modern coffee shops helps to raise and to spread the culture of specialty coffees.



CONTAMINAZIONI CULTURALI

Per scoprire le origini del caffè Americano dobbiamo tornare al periodo finale della seconda guerra mondiale. Mentre le truppe tedesche si stanno ritirando e gli ultimi gruppi fascisti disperdendo, i corpi militari statunitensi avanzano insediandosi nelle principali città italiane. La vita dei bar si inebria di un'ondata euforica e festosa di italiani d'ogni età mescolati a militari americani e nuovi alleati. Nei bar d'Italia si è già da tempo insediata la macchina per caffè espresso, la bevanda estratta con questo nuovo sistema di infusione, amata dal pubblico di casa è però distante dai giovani statunitensi. Abituati al caffè filtrato per percolazione, gli americani richiedono continuamente che gli venga servito il ristretto espresso in tazza grande allungato con acqua calda per farlo somigliare al loro amato filter coffee. La contaminazione avviene così, la complicità dei baristi e dei clienti statunitensi è immediata, entrando nel bar il nuovo nome pronunciato è "Americano".



CULTURAL CONTAMINATION

To discover the American coffee's origins we should go back to the final period of the Second World War. While the German troops were retreating and the last fascist groups were dispersing, American Military Corps were advancing installing themselves in the principal Italian cities. The bar's life began to be intoxicated by an euphoric and festive wave between Italians, American Militaries and new allies. In the Italian Bars had already been established the Espresso Coffee Machine, the beverage extracted with this new system of infusion, loved by the Italian costumers but very far away from American young people's taste. They were accustomed to the filter coffee extracted with the method of percolation, American people went on asking the coffee Espresso in big cups diluted with hot water, to make it resemble to their beloved filter coffee. Thus it happened the contamination, the complicity between the American customers and the Italian baristas was immediate, entering in the bar the new name pronounced was "Americano".

TUTTI I COLORI DELLA MOKA

BUONGIORNO È IL PROFUMO CHE INVADE LA CASA, CHE RIEMPIE DI AROMA TUTTA LA GIORNATA /
GOODMORNING IS THE PERFUME THAT SURROUNDS THE HOME, THAT FILLS UP YOUR DAY OF THE
GOOD AROMA



MUG - NEW COLLECTION



PASCUCCI BIO



SOLO BIO.

Perchè è una scelta buona.
Solo prodotti biologici perchè amiamo
i bambini e il loro futuro, perchè bio fa bene a
tutti, a chi lo produce e a chi
lo consuma.



2



1



3



4



5



6



7



8



PASCUCCI BIO

- 1 Caffè Pascucci Bio in grani 1000 g
- 2 Cialde Pascucci bio, in carta filtro naturale
- 3 Filter coffee bio
- 4 Caffè macinato per moka bio
- 5 Succhi di frutta bio mirtillo, albicocca, ananas, pera, ace, pesca e mela e zenzero
- 6 Orzo in cialda bio
- 7 Te verde, Te nero al limone, Infuso ai frutti di bosco, Camomilla in cialda bio
- 8 Cold brew zuccherato e senza zucchero



Agricoltura biologica / By organic farming.
Organismo di controllo autorizzato MiPAAF
IT BIO 005 Operatore controllato n° T 388
Agricoltura UE/non UE

TÈ PASQUITA BIO



**TÈ VERDE / TÉ AL LIMONE / TÉ ALLA PESCA /
TÈ VERDE SENZA ZUCCHERO**

TE BIO IN INFUSIONE / ORGANIC TEA IN INFUSION

Utilizzo Bevanda biologica fredda	Utilizzo Bevanda biologica fredda	Utilizzo Bevanda biologica fredda	Utilizzo Bevanda biologica fredda
Proprietà Rinfrescante, dissetante e stimolante	Proprietà Stimolante, rinfrescante e dissetante	Proprietà Rinfrescante, dissetante e stimolante	Proprietà Rinfrescante, dissetante e stimolante, senza zucchero
Proprietà sensoriali Colore ambrato riflessi verdi, gusto fresco e pungente	Proprietà sensoriali Colore chiaro, profumo agrumato, gusto fresco e stimolante	Proprietà sensoriali Caratteristico colore ambrato, profumo intenso, gusto fresco e fruttato	Proprietà sensoriali Colore ambrato riflessi verdi, gusto aspro e pungente
Use Organic cold drinks	Use Organic cold drinks	Use Organic cold drinks	Use Organic cold drinks
Property Stimulating, refreshing and thirst-quenching	Use Organic cold drinks	Property Stimulating, refreshing and thirst-quenching	Property Stimulating, refreshing and thirst-quenching, without sugar
Sensory properties Amber colour, green highlights, fresh and pungent taste	Property Stimulating, refreshing and thirst-quenching Sensory properties Light colour, citrus scent, fresh and stimulating taste	Sensory properties Characteristic amber colour, intense aroma, fresh and fruity taste	Sensory properties Amber colour, green highlights, harsh and pungent taste



biologico / organic
te verde / green tea



biologico / organic
limone / lemon



biologico / organic
pesca / peach



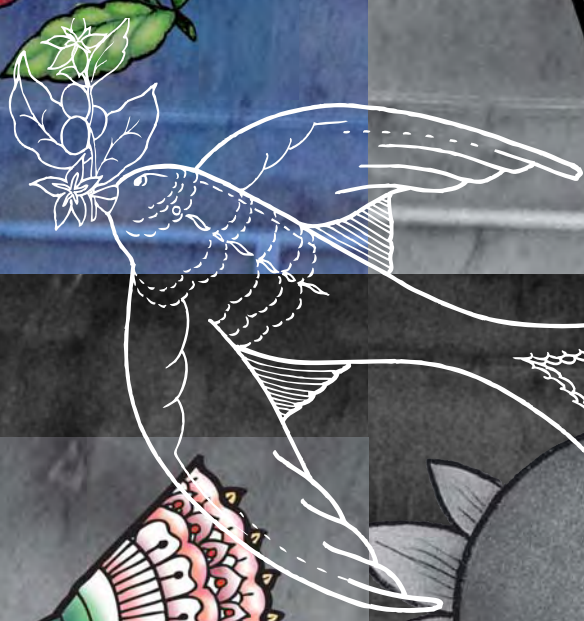
biologico / organic
te verde senza zucchero /
green tea sugar free

Valori Nutrizionali medi per 100 ml	
Average Nutrition Values per 100 ml	
Energia / Energy	177 kJ / 42 kcal
Grassi / Fat	0 g
di cui acidi grassi saturi / of which saturates	0 g
Carboidrati / Carbohydrate	10 g
di cui zuccheri / of which sugars	10 g
Fibre / Fibre	0 g
Proteine / Protein	0 g
Sale / Salt	0,01 g

Valori Nutrizionali medi per 100 ml	
Average Nutrition Values per 100 ml	
Energia / Energy	151 kJ / 36 kcal
Grassi / Fat	0 g
di cui acidi grassi saturi / of which saturates	0 g
Carboidrati / Carbohydrate	9 g
di cui zuccheri / of which sugars	9 g
Fibre / Fibre	0 g
Proteine / Protein	0,2 g
Sale / Salt	0,01 g

Valori Nutrizionali medi per 100 ml	
Average Nutrition Values per 100 ml	
Energia / Energy	161 kJ / 38 kcal
Grassi / Fat	0 g
di cui acidi grassi saturi / of which saturates	0 g
Carboidrati / Carbohydrate	9 g
di cui zuccheri / of which sugars	9 g
Fibre / Fibre	0 g
Proteine / Protein	0,1 g
Sale / Salt	0,01 g

Valori Nutrizionali medi per 100 ml	
Average Nutrition Values per 100 ml	
Energia / Energy	1 kJ / 0 kcal
Grassi / Fat	0 g
di cui acidi grassi saturi / of which saturates	0 g
Carboidrati / Carbohydrate	0 g
di cui zuccheri / of which sugars	0 g
Fibre / Fibre	0 g
Proteine / Protein	0 g
Sale / Salt	0 g



Ago Atelier Riccione, di Maria Grazia Arcardi, comparso in primo piano alla fine degli anni 80 affascina da oltre 20 anni generazioni di donne e uomini, ansiosi di liberarsi e di esprimersi attraverso l'eleganza, il divertimento e l'arte di vivere. Ago stravolge le concezioni, grazie ai suoi vestiti sexi, confortevoli, in materiali contemporanei.

La riapertura in **Via Giuseppe Missori, 1 a Riccione**, rende possibile l'unione di passato e presente pronti ad evolversi.

foto: Caffè Pascucci Milano, Corso Europa, 22

AGO® ATELIER RICCIONE

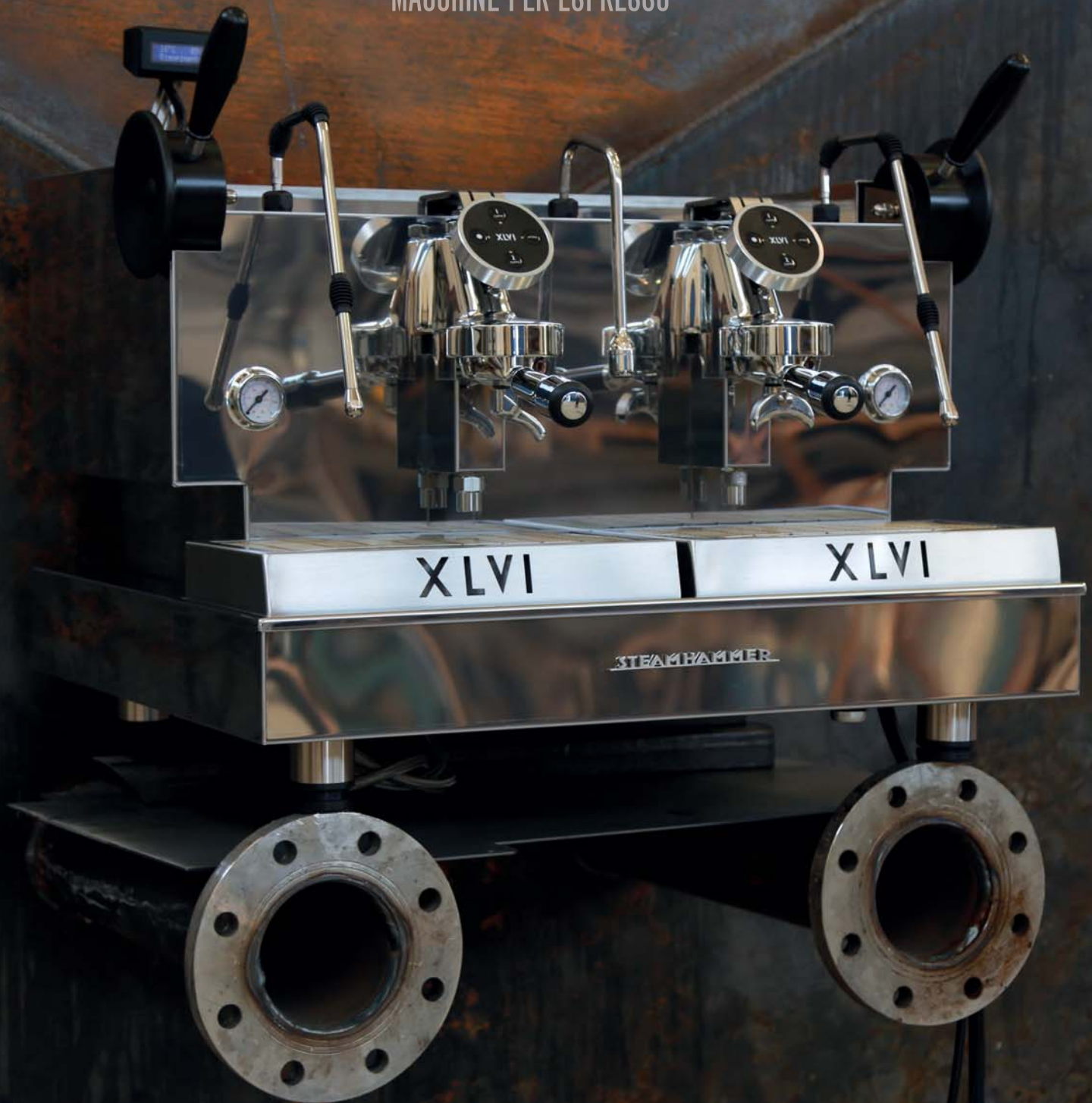
info@agoriccione.com - grazia@pascucci.it

Tel. +039 335 64 64 515

XLVI

HOT METAL WORKERS

MACCHINE PER ESPRESSO



WWW.FACEBOOK.COM/XLVI2015

WWW.XLVI.IT