

O sonho do café

Andrea Illy



O sonho do café

O sonho do café

Andrea Illy

Organização: Alessandra Viola

Tradução: Adriana Marcolini

valentina



Rio de Janeiro | 2016

1ª edição

© 2015 by illycaffè Spa
© 2015 by Andrea Illy
© 2015 Codice Edizioni, Torino
© tradução, Editora Valentina, Rio de Janeiro

Título original: *Il sogno del caffè*

Projeto gráfico: Bellissimo/Luca Ballarini, Cristina Ortali

Capa: Raul Fernandes

Foto de capa: © illycaffè

Foto do autor: Giuliano Koren

Editoração: FA studio

Impresso no Brasil

Printed in Brazil

2016

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

I29s

Illy, Andrea

O sonho do café / Andrea Illy; organização Alessandra Viola; tradução
Adriana Marcolini. — 1. ed. — Rio de Janeiro: Valentina, 2016.

224 p. ; 21 cm

Tradução de: *Il sogno del caffè*

ISBN 978-85-65859-99-8

1. Illycaffè - História. 2. Café — Indústria — Itália — História. I. Viola,
Alessandra. II. Marcolini, Adriana. III. Título.

16-31202

CDD: 388.1737309451

CDU: 330:633.73(450)

Todos os livros da Editora Valentina estão em conformidade com
o novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa.

Todos os direitos desta edição reservados à

EDITORA VALENTINA
Rua Santa Clara 50/1107 – Copacabana
Rio de Janeiro – 22041-012
Tel/Fax: (21) 3208-8777
www.editoravalentina.com.br

*Existem aqueles que veem as coisas como são,
e se perguntam por quê.
Eu sonho coisas que nunca aconteceram,
e me pergunto por que não.*

Robert F. Kennedy

SUMÁRIO

11	Introdução Três palavras
----	----------------------------

CAPÍTULO 1 **O sonho do café**

17	O primeiro café
18	A essência dos sonhos
19	Traficantes de sonhos
20	A QUÍMICA DO ESPRESSO
24	O CAFÉ NA ITÁLIA
25	CAFÉS VIENENSES
26	Kulczycki
27	Os três amores do <i>nonno</i> Francesco
28	Oferecer ao mundo o melhor café
29	TRIESTE
31	ILLETTA
32	Preservar o aroma do mundo
34	Um encontro que nunca aconteceu
35	Ernesto
36	TORRA
37	PRESSURIZAÇÃO
38	Da Topolino ao sonho americano
40	A arte de sermos complementares
41	0,07
43	Uma empresa é como um avião
45	Uma questão de química
48	A FAMÍLIA E A EMPRESA ILLY

CAPÍTULO 2 **Em busca do bom**

55	Madeleine
56	É MELHOR SE...
57	Na origem do gosto e do sabor
59	COMO PERCEBEMOS OS SABORES
60	A elegância do bom
62	O blend perfeito
64	O PRÊMIO ERNESTO ILLY
65	A partitura da qualidade
67	Em viagem pelo Japão
68	BLEND ILLY
69	MONOARÁBICA

72	Qualidade a ser aprendida
73	TOTAL QUALITY
74	Kaizen
76	A UNIVERSITÀ DEL CAFFÈ
78	QUALIDADE NA XÍCARA
79	Além das certificações
80	AS CERTIFICAÇÕES DA ILLYCAFFÈ
81	Um amor de planta: a Laurina
84	Aprender a inovar
86	Quem nasceu primeiro: o ovo ou o marketing?
87	A melhor culinária do mundo
89	Três grãos e três xicrinhas em Palmanova
90	OS NÚMEROS DO CAFÉ
92	Café prêt-à-porter
94	Se o café prolonga a vida
95	OS BENEFÍCIOS DO CAFÉ
96	Café e chá: dois gêmeos longevos
98	EFEITOS COMPROVADOS DO CAFÉ NA SAÚDE
100	QUANTA CAFEÍNA EXISTE EM UMA XÍCARA DE ESPRESSO?
101	Café e saúde
103	Bom no sentido ético
105	Plantar café ou coca?
107	O objetivo de uma empresa
108	AS CONDIÇÕES DOS TRABALHADORES DO CAFÉ
111	A cadeia do café

CAPÍTULO 3

A beleza salvará o mundo?

115	Amor perdido
116	NEUROESTÉTICA
118	A beleza do café
119	Kalokagathia
120	BELEZA MATEMÁTICA
122	Eau de... café
124	O céu estrelado
125	Uma roupa sob medida
126	A DECORAÇÃO EM PORCELANA
130	A síndrome de Kentridge
132	ILLY ART COLLECTION
135	A chave do mistério
136	Xicrinhas falantes
137	Trieste Pop
139	O melhor de cada coisa
140	Ascensão
142	Beleza no bar
146	AS GALERIAS ILLY
148	Eudemonismo do espresso

149	SINESTESIA
150	Uma bebida inclusiva
152	Meias e café ao morango
153	ALTAGAMMA
154	A máquina de café mais bonita que existe
156	Se o espresso é como o design
158	Lovemarks

CAPÍTULO 4

O sabor da felicidade

163	Uma bicicleta amarela
164	Fillysofia
166	EUDEMONISMO
167	HEDONISMO
168	O caminho para a Itália
170	Fellini, Coppola e um espresso
172	Um presente insustentável
173	Os óculos cor-de-rosa da felicidade
174	A HIPÓTESE GAIA, O PLANETA VIVO
176	Singularidade
177	Complexidade
178	A TEORIA DA COMPLEXIDADE
182	O altruísmo egoísta
184	A ECONOMIA POSITIVA
185	O cálculo da felicidade
186	FELIZES... POR LEI
188	O terceiro paraíso
190	PIB OU FIB?
191	O DIREITO À FELICIDADE
192	Eudemonismo em grãos
194	QUANTO SOMOS FELIZES?
196	O HOMEM MAIS FELIZ DO MUNDO
197	Neurônios espelho na Etiópia
198	NEURÔNIOS ESPELHO
199	A primeira revolução do café
201	NEUROBIOLOGIA DA FELICIDADE
203	Os difíceis anos 1990
204	Aumento do consumo e redução da pobreza
205	O meu “cúmplice” Sebastião Salgado
206	AS SEIS REGRAS DO CAFÉ FELIZ
208	INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION
213	Conclusão A nova revolução do café
219	Agradecimentos
221	Créditos das imagens

TRÊS PALAVRAS

Cresci em uma família que dava enorme importância ao café: tudo parecia começar ou terminar nele. Uma empresa familiar como a nossa não se limita a ter uma missão; tem uma autêntica “missão-paixão-obsessão” por seus clientes e valores; e, sobretudo, pelo café. Algumas vezes, ainda garoto, eu me perguntava se existia no mundo algo além do café, ou se ele era uma coisa tão importante e complexa.

O fato é que, anos depois, ao decidir estudar química, comecei a me dedicar de corpo e alma ao café. Cerca de dez anos depois, em uma das minhas primeiras viagens com meu pai, visitamos Brian Arthur, o renomado economista que formulou a teoria dos retornos crescentes. Um episódio decisivo aconteceu naquela ocasião, porque, pela primeira vez na vida, vi meu pai se emocionar. Ele parecia uma rocha, mas, ao explicar a Arthur que desejava a sua ajuda para distribuir melhor a riqueza entre os países que consomem café e aqueles que o produzem, ficou paralisado e se comoveu enquanto tentava descrever as inaceitáveis condições de vida dos agricultores. Fiquei muito impressionado e me lembrarei desse episódio por toda a vida. Tive a confirmação de que, sim, o café é uma questão tremendamente importante.

Quando tinha cerca de trinta anos, assaltou-me uma dúvida que nunca tivera antes: eu estava me dedicando o suficiente? Havia colocado os meus recursos inteiramente à disposição, em meu benefício e do meu próximo? Espontaneamente, concluí que deveria buscar a resposta no trabalho. Executá-lo bem, no máximo das minhas capacidades, sem me poupar e me entregando totalmente era o bastante? Quantas pessoas se beneficiariam, além de mim? Para responder, tentei contá-las: já naquela época, entre consumidores, clientes, fornecedores e colaboradores, eram vários milhões. Se conseguíssemos fazer a empresa crescer, poderiam se transformar em dezenas de milhões, talvez centenas. Foi naquele momento, creio eu, que ficou claro a qual projeto deveria dedicar a minha vida: o café como meio de contribuir para um mundo melhor.

Dez anos depois, fazendo um primeiro balanço, perguntei-me por que o café, mesmo sendo tão importante, não desfrutava da mesma relevância do vinho. Contatei, então, alguns grandes especialistas franceses em comunicação, experts do *savoir faire* e, num jogo de palavras, do *faire savoir du savoir faire*. Curiosamente, de cada três, dois me fizeram a mesma pergunta: “Qual é o sonho da illy?”. Não soube responder.

Desde então perguntei-me milhares de vezes, até que em um domingo, enquanto passeava com meus cachorros, veio-me a resposta: o sonho existia e era o mesmo do *nonno* Francesco quando fundara a illycaffè: o sonho de oferecer ao mundo o melhor café. Três palavras: *oferecer* (na sua acepção altruísta, ou seja, “estender”, “servir”, “dedicar”), *mundo* (com o seu duplo sentido “do mundo” e “para o mundo todo”) e *melhor* (com o seu significado virtuoso de “forte”, “enérgico”). Mas ainda faltava uma transição crucial: como compartilhar esse sonho? Como torná-lo realidade?

A resposta está neste livro.