

allarga. «Il caffè ovviamente mi piace scherza anzi, devo fare attenzione a quanti ne bevo. Per me il caffè è la moka in cucina, che mio padre preparava in un tazzone da quattro. È un ricordo di casa». Di gavetta nella torrefazione ne ha fatta tanta, «per poter conoscerne tutti i meccanismi interni». Oggi ha il ruolo di business control manager e in particolare segue il progetto di digitalizzazione dell'informazione, con focus sull'area di amministrazione e controllo. «È un processo avviato due anni fa, quando ci siamo trovati di fronte alla necessità di aggiornare il nostro sistema gestionale dei dati spiega - Abbiamo colto l'occasione per evolverci e stare al passo delle sfide internazionali e nazionali, con lo sviluppo di procedure e gestione di informazione più fruibile ed efficiente. Abbiamo creato un modello di torrefazione smart e sostenibile. Attraverso la digitalizzazione abbiamo ottimizzato i processi produttivi, incrementando la produzione e migliorando così anche la qualità del prodotto. Per migliorare la sicurezza del lavoro e l'implementazione di progetti sostenibili e evolverci in un'impresa 4.0, collegando i macchinari al gestionale aziendale, inserendo ulteriori passaggi di controllo qualità. Le tecnologie ci aiutano anche a contenere ulteriormente l'impatto ambientale». Progetti in cantiere tanti.

## LA CRESCITA

«Insieme ai miei fratelli. Siamo la nuova generazione di Caffè Trucillo, pronti alle sfide ma guardiamo in avanti sempre tenendo in primo piano l'identità familiare - sorride - Antonia sta portando avanti l'Accademia, facendola diventare sempre più il punto di riferimento formativo per il sud Italia. Sull'esempio dei nostri genitori e dei collaboratori storici dell'azienda, che ci hanno trasmesso il loro sapere e hanno avuto l'apertura mentale di accogliere le nostre idee». Lo sguardo è ai mercati esteri. «La catena di coffee shop che stiamo sviluppando a Dubai è un grande esempio di come si possa diffondere la cultura del caffè italiano attraverso la commistione di diverse culture. L'espresso non va proposto come un sistema chiuso che va solo esportato», dice Andrea. Nella mission di internazionalizzazione ci sono sicuramente gli Stati Uniti, che restano ancora il sogno americano, nonostante le difficoltà di questo periodo storico. «Ho vissuto a New York confida e ne conosco bene la cultura, molto sensibile al made in Italy, al prodotto di nicchia. Gli americani sono diretti, non fanno giri di parole rispetto invece alle grandi negoziazioni portate avanti negli Emirati Arabi. Per i prossimi anni abbiamo già importanti obiettivi di sviluppo internazionale e nazionale da raggiungere. Crediamo nella meritocrazia e nella nostra squadra abbiamo voluto Francesco Giordano, che guiderà il passaggio generazionale. Per me e i miei fratelli rappresenta un vero e proprio coach, un mentore che ci porterà a raggiungere i nostri traguardi futuri».

© RIPRODUZIONE RISERVATA